

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

Collettiva **VIZI E VIRTÙ DEL BIOLOGICO**

INFORMATICA
E RISTORAZIONE
**Soluzioni
che fanno
la differenza**

MERCATI
**L'Europa del
foodservice**





COMITATO PROMOTORE

Enzo Andreis • Presidente **AIGRIM**

Pietro Auletta • Presidente e A.D. **Dussmann Service**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Biasoni • A.D. **ChefExpress**

Sergio Castelli • A.D. **Areas**

Fabrizio de Fabritiis • A.D. **Milano Ristorazione**

Antonio Giovanetti • Dir. Generale **Camst**

Franco Manna • Presidente **Sebeto**

Chiara Nasi • Presidente **CIR food**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Mario Putin • Presidente **Serenissima Ristorazione**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Fabio Spaccasassi • A.D. **Compass Group Italia**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Lino Volpe • Presidente **Elior Ristorazione**

Media partners:

Ristorando

retail food

Artù

RISTORAZIONE 2018

**10° EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO
4-5 OTTOBRE 2018**

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:

angem

ORICON
OSSERVATORIO
RISTORAZIONE COLLETTIVA
E NUTRIZIONE

FIPE
FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

CONFCOMMERIO
INFORMAZIONI PER IL TUTTO

L'APPUNTAMENTO BIENNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

PLATINUM SPONSOR:

CUPIELLO
CULTURA DEL GUSTO

GOLD SPONSOR:

Délifrance

QSAVE
SALVA IL VALORE

ANGELO PO
A Marmon / Berkshire Hathaway Company

GAMBA BRUNO
Retail made smarter

ASDS
simplify your work

UNOX

MEIKO
The clean solution

io bevo
Aiuta l'ambiente

io sano
Nutrire con cura

rational
PRODUCTION

SILVER SPONSOR:

AUGUSTO
interior general contractor

COSTA GROUP

adriaticali
ECOLOGIA DELLE IDEE

SPAZIO FUTURO
Lavoriamo per te.

npd

ifi ARREDO PER
IL CONTRACT
E IL FOOD & BEVERAGE

PR:GETTA
SERVIZI DI ARCHITETTURA E INGEGNERIA

HAVI

BERTO'S
the best catering equipment

ASSOCIAZIONI PARTNER

angem

ORICON
OSSERVATORIO
RISTORAZIONE COLLETTIVA
E NUTRIZIONE

EPCEM
ITALIA

FIPE
FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

FCSI

ADI
Associazione Italiana
di Dietetica e Nutrizione Clinica

**Consiglio Nazionale dei
Centri Commerciali
ITALIA**

AIGRIM
Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

**Consiglio dell'Ordine Nazionale
dei Tecnologi Alimentari**

CONFIMPRESE
Le Imprese che Contribuiscono al Sviluppo

ATRI
Associazione Nazionale
Tecnici di Ristorazione



da oltre **45** anni
MARR

serve oltre 45.000 operatori della ristorazione commerciale - ristoranti, alberghi, villaggi turistici - e collettiva - mense, scuole, ospedali - con un assortimento di oltre 10.000 prodotti alimentari, attraverso una rete distributiva diffusa sull'intero territorio nazionale.

MARR ha realizzato nel 2017, ricavi consolidati per oltre 1,6 miliardi Euro.
MARR è una ricetta difficile da imitare:
è un successo di cui siamo orgogliosi.

MARR
DOVE C'È RISTORAZIONE

MARR SpA via Spagna 20 - 47921 Rimini
tel. +39 0541746111 - marr@marr.it - www.marr.it


GRUPPO CREMONINI

IL BIOLOGICO della discordia

“ La sensibilità nei confronti dei prodotti bio è aumentata nel tempo al punto da rivoluzionare prima il settore primario e poi il terziario.

Ne sanno qualcosa gli operatori della collettiva che convivono, ormai, con il Piano d'Azione per la sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della Pubblica Amministrazione (PANGPP) nel quale rientrano i Criteri Ambientali Minimi inseriti nei bandi di gara come indicato dal Codice degli Appalti.

Il lavoro fatto sin qui dalle istituzioni per armonizzare le quantità di derrate bio da utilizzare nei capitolati d'appalto con quelle generate dalla produzione nazionale e locale, non è stato però dei migliori. Le SRC lamentano la scarsa disponibilità di una serie di prodotti che, di fatto, mette in pericolo il rispetto degli impegni presi con le stazioni appaltanti. Senza contare che, complici i lacunosi controlli lungo la filiera produttiva e la mancanza di scrupoli da parte di alcuni agricoltori, sul mercato circolano tonnellate di prodotti che di biologico hanno solo la dicitura riportata sull'etichetta.

Per i benpensanti, la ristorazione collettiva avrebbe dunque l'opportunità di promuovere benessere e salute, diventare paladina di buone pratiche nutrizionali ed ecologiche e, persino dare un forte contributo alla tutela del territorio e della biodiversità. Buoni propositi, insomma, ma a che prezzo?

”

SOTRAL

LOGISTICA DISTRIBUTIVA



I professionisti del trasporto pasti

Corso Francia, 225 - 10139 Torino

Tel. +39 011 728822 - Fax +39 011 729090

commerciale@sotral.it - info@sotral.it

www.sotral.it



Ristorando

Anno 23 - numero 4 - aprile 2018

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone
• Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Stefano Masin • Antonio Montanari
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Progetto grafico: Claudio Rossi Oldrati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti. Ai sensi della legge 196/2003 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi degli artt. 7 e 10 i destinatari hanno facoltà di esercitare il diritto di cancellazione o rettifica dei dati, mediante comunicazione scritta al responsabile del trattamento presso EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano, luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

APRILE 2018

01 Editoriale - Il biologico della discordia

06 News - La notizia è servita

20 Tendenze e mercati - Le molte incertezze che ci attanagliano

23 Analisi & ricerche - Un continente in marcia

Il foodservice europeo in tutte le sue articolazioni (commerciale moderna e collettiva) corre a ritmi da record. Ma sul podio ci sono le multinazionali di Stati Uniti, Regno Unito e Francia. E l'Italia? Per ora si accontenta della "medaglia di legno"

32 Trend e mercati - Uno spumeggiante fiume di malto e luppolo
Nonostante la recente crisi economica, il giro d'affari del fuoricasa in questi anni ha tenuto botta e in questo contesto la birra ha dato il suo contributo, con vendite per 6 miliardi di euro, ovvero quasi l'8% di tutto il foodservice nazionale

40 Gare e appalti - Approvvigionamenti bio: una spina nel fianco delle SRC

L'offerta di prodotti biologici non è in linea con le quantità dettate dal Codice degli appalti. E questa criticità non fa che alimentare attività illecite

44 Aziende - Pensare da grande

Markas è entrata nel gotha delle imprese italiane di servizi integrati, e con la divisione food serve 12 milioni di pasti e oltre 200 committenti ogni anno

47 Ristorazione in concessione - Eppure si muove

Sulla scorta del traffico che torna ad aumentare e in attesa di una nuova tornata di gare, ecco la fotografia del mercato delle aree di sosta autostradali, dove i principali player fanno ancora i conti con la crisi ma scaldano i motori in vista della rivoluzione dell'ibrido

53 Ristorando per Adriatica Oli - Sostenibilità ambientale e gestione integrata dei rifiuti

Dalle colline marchigiane, Adriatica Oli, ha esteso il suo spettro d'azione a tutto il territorio nazionale per facilitare il lavoro dei grandi player della ristorazione collettiva

54 Soluzioni IT - Ad ognuno il suo... software

Pur con esigenze diverse, la commerciale e la collettiva operano con il supporto strategico di soluzioni informatiche. Facciamo il punto

58 Mercato francese - Retail e Food sempre più a braccetto

Nel 2017 la sinergia tra retail e food si è sviluppata in tutti i paesi europei. E anche i distributori hanno deciso di creare le loro insegne di ristorazione. Perché l'unione fa la forza

62 Diritto alimentare - Class Action: un rischio crescente

A proposito di Food Information

Decreto legislativo n. 231/2017: si inaspriscono le pene ma calano le sanzioni amministrative



Rubriche

- 64** La borsa dei biologici
- 69** La borsa delle imprese
- 74** Il mercante in fiera
- 75** Ristorando F&B
- 76** Ristorando club
- 80** Carta stampata

Il 2018 di CIR food

Ben 684 milioni di euro di fatturato, 106 milioni di pasti prodotti e 14 milioni di buoni pasto erogati: sono questi gli obiettivi che si è data per il 2018 **CIR food**. A fronte di investimenti per 41 milioni, di cui 20 milioni a favore della ristorazione collettiva e 14,5 milioni nella commerciale, anche quest'anno l'azienda guidata da **Chiara Nasi** intende proseguire nel percorso di evoluzione e crescita che ha portato nel 2017 a ricavi per 655 milioni grazie al contributo di 13.500 addetti, di cui 6.935 soci della coop emiliana, leader in Italia nel settore scuole e università, dove sono attesi ricavi per 250 milioni, grazie alle attività svolte in patria e in Olanda.



CHIARA NASI,
presidente CIR food

Sono 100 invece i milioni di euro attesi sia nel campo della socio-sanitaria che dell'aziendale, ambito nel quale verranno realizzati investimenti per 6 milioni di euro finalizzati alla promozione di progetti ad hoc per le imprese che concepiscono la ristorazione come componente essenziale del sistema di welfare offerto ai propri dipendenti. Proprio in questa ottica, a gennaio è nata **BluBe**, la divisione welfare di CIR food che propone un'ampia gamma di servizi innovativi e personalizzati, pensati per incentivare il benessere dei lavoratori: qui il fatturato complessivo preventivato sarà pari a 77,4 milioni di euro.

Infine, nella commerciale, proseguirà l'espansione dei marchi del gruppo: **Rita**, **Tracce**, **Chiccotosto**, **Viavai**, **Let's Toast**, **Aromatica** e, in partnership con il Gruppo Feltrinelli, gli store esperienziali a marchio **RED - Read Eat Dream** e **Antica Focacceria San Francesco**. Con 112 locali gestiti e 10 nuovi store in apertura, nel 2018 da questo settore sono attesi ricavi pari a 100 milioni di euro.

Autogrill entra nel canale stazioni in Germania

Con l'acquisizione del gruppo tedesco **Le CroBag** da **Groupe Soufflet**, il colosso del foodservice italiano **Autogrill** entra nel canale dell'offerta f&b nelle stazioni tedesche, il più grande d'Europa con un giro d'affari di 600 milioni annui.

L'operazione, che ha ricevuto il nulla osta delle autorità antitrust, ha un valore di 65 milioni di euro, e consente alla controllata **Autogrill Deutschland GmbH**

di rilevare le attività di ristorazione a marchio Le CroBag in Germania, Austria e Polonia svolte in 123 locali, parte a gestione diretta (con ricavi pari a 57 milioni) e parte concessi in licenza (23 milioni), di cui 114 nella sola Germania.

Autogrill è attiva oggi in Germania nel canale degli aeroporti, delle autostrade e nei centri commerciali con 55 locali in totale.



Dussmann compra le mense di Alessio

Dussmann Service ha acquisito il ramo d'azienda relativo alla produzione e distribuzione pasti per le mense della società di ristorazione **Alessio**.

L'accordo riguarda 650 lavoratori in tutto il Piemonte e rientra nei programmi di rafforzamento dell'azienda bergamasca, costola italiana della multinazionale tedesca, sul mercato italiano, con particolare attenzione allo sviluppo nel nord-ovest. La cessione ha riguardato il ramo d'azienda costituito dalla ristorazione collettiva (mense scolastiche soprattutto), mentre restano in provincia di Vercelli, dove ha sede Alessio, il ramo carni e quello della logistica.

Al via "appalto ponte" alla Reggia di Caserta

Assegnato per sei mesi al **Consorzio Stabile Daman**, azienda casertana, il servizio di ristorazione della **Reggia di Caserta**. La procedura negoziata è stata indetta lo scorso 26 gennaio, nell'attesa che si concluda la gara d'appalto che dovrà individuare il nuovo soggetto che gestirà il servizio per più anni. Le attività f&b nel capolavoro degli architetti Luigi e Carlo Vanvitelli, inaugurato come palazzo reale del Regno delle Due Sicilie nel 1774, sono costituite dalla buvette ubicata nel "cannocchiale", il lungo corridoio che porta dall'ingresso principale a quello del parco, da un chiosco posizionato nei pressi dell'entrata del giardino inglese e dal ristorante **Diana e Atteone** situato nei pressi dell'omonima fontana.

NUOVO FORD TRANSIT CUSTOM. LA TUA REPUTAZIONE SI FA STRADA.



Il più venduto della sua categoria, da sempre sinonimo di sicurezza, affidabilità e consumi ridotti, oggi completamente rinnovato nello stile e ancora più versatile e tecnologico. Fatti strada nel tuo business, costruisci la tua reputazione.

**NUOVO FORD
TRANSIT CUSTOM** | **€ 190** AL MESE
IVA ESCLUSA
TAN 4,95% TAEG 6,25%



Go Further

Offerta valida fino al 30/04/2018 su Nuovo Transit Custom Van E6 260 L1H1 TDCi 105CV Entry a € 15.950,00 (IPT, messa su strada e IVA esclusa) a fronte di rottamazione o permuta di un veicolo immatricolato prima del 31/12/2013, grazie al contributo del Ford Partner. Esempio di Leasing Ford Credit comprensivo del servizio facoltativo Ford Protect 7 anni/200.000Km: prezzo di vendita € 16.605,74 (IPT, messa su strada e IVA esclusa). Anticipo € 2.500. Primo Canone anticipato € 489,92 (comprensivo di prima quota leasing € 189,92 e spese gestione pratica € 300), 47 quote da € 189,92 (IVA e spese incasso € 4, escluse); opzione finale di riscatto ad € 8.180,90. Importo totale del credito di € 15.303,07, comprensivo dei servizi facoltativi Guida Protetta, Assicurazione vita e invalidità. Totale da rimborsare € 17.801,06. Imposta di bollo in misura di legge all'interno della prima quota mensile. **TAN 4,95%, TAEG 6,25%**. Salvo approvazione FCE Bank plc. Per informazioni sulle condizioni generali del finanziamento fare riferimento alla Brochure Informativa disponibile sul sito www.fordcredit.it. Prezzo raccomandato da Ford Italia S.p.A. I veicoli in foto possono contenere accessori a pagamento. Nuovo Ford Transit Custom: **consumi da 6,1 a 6,6 litri/100km (ciclo misto); emissioni CO2 da 162 a 164 g/km.**

Un anno d'oro per l'equipment italiano

Uno degli anni più interessanti dell'intero decennio per **EFCEM Italia** il 2017: lo dice **Evaldo Porro**, il presidente dell'associazione che, in seno a **Ceced Italia** (Associazione Nazionale Produttori di Apparecchi Domestici e Professionali) riunisce le imprese del settore professionale e rappresenta l'Italia nell'ambito di **Efcem** (European federation of catering Equipment Manufacturers). Nel comparto industriale delle apparecchiature professionali per l'Ho.Re.Ca. che vede proprio il Bel Paese leader mondiale, con un fatturato che supera i 4 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione che supera il 70%, gli indicatori sono tutti in positivo per il quinto anno di fila: la domanda in Italia è cresciuta tra l'8% e il 12% (a seconda della tipologia di prodotto) e ancora meglio è andata in Spagna (+15%), in un contesto europeo in crescita, con l'eccezione della Gran Bretagna, dove si manifestano le incertezze legate alla Brexit. Stabili gli Stati Uniti (+2%), in sofferenza il Sud America. In Asia invece la Cina registra la domanda interna più forte mentre il Giappone, tra i maggiori produttori mondiali di apparecchiature professionali, manifesta segnali di apertura all'offerta tricolore. Infine, positive le previsioni 2018 per l'Italia dove ci si attende una crescita del 5-7% grazie al miglioramento della situazione economica generale e dei consumi, alla tendenza verso etnico ed innovazione e all'andamento del flusso turistico in progresso del 5%.



Appalti: ad Orbassano Camst dà lavoro ai ragazzi Down

Alcuni ragazzi con sindrome di Down saranno inseriti a supporto agli operatori della distribuzione dei pasti e del servizio di refezione scolastica del **Comune di Orbassano (TO)**: l'entomabile iniziativa è prevista dal nuovo appalto di ristorazione riaffidato a **Camst**.

Accanto al progetto che mira alla crescita e alla realizzazione di una vita autonoma e indipendente dei

giovani, si cercherà di contribuire al sostegno delle famiglie bisognose del territorio con la realizzazione di pacchi mensili di solidarietà (contenenti generi di prima



necessità, pasti giornalieri a domicilio, pranzo di Natale) e con la destinazione del cibo non somministrato in mensa ai soggetti in difficoltà, in collaborazione con la parrocchia.

Il nuovo appalto avrà la durata di tre anni rinnovabili e, a fronte di un costo del pasto che oscilla da un minimo di 0,80 centesimi a un massimo 3,96 euro, prevede un esborso complessivo di circa 3,2 milioni di euro per le casse comunali.

I nuovi format del Bennet di Chivasso

Gallerie Bennet apre a Chivasso, in provincia di Torino, il suo cinquantesimo centro commerciale di proprietà. Collocato di fronte al complesso industriale **Pi.Chi**, nei piazzali dell'ex Lancia, con 13.300 mq di superficie complessiva, 26 negozi ed un ipermercato, la nuova struttura offre una vasta gamma merceologica, all'interno

della quale spicca una ricca food court dove trovano collocazione pdv a insegna **Officina Emiliana** (tigelleria), **Segafredo - Panicunzatu** (caffetteria, ristorazione), **Old Wild West** (steak house), **La Piadineria** e **Ciro Margherita** (pizza). La nuova realtà apre così numerose opportunità per il territorio, prima tra tutte quella occupazionale, offrendo più di 200 posti di lavoro tra ipermercato e attività commerciali.





LIVE HAPPILLY

PERFEZIONARE CIÒ CHE SIAMO È UNA STORIA SENZA FINE.

Sal De Riso, un'intera vita dedicata a perfezionare le sue ricette,
per offrire al mondo le sue migliori creazioni.
Illy, più di 80 anni dedicati a perfezionare un unico blend
di 9 origini di Arabica, per offrire al mondo il suo miglior caffè.
Una condivisione di valori volta al continuo miglioramento
per offrire ai propri clienti un'esperienza indimenticabile.

Visita il sito illy.com/professional o chiamaci al numero verde 800.821.021



IL restyling del f&b al Colombo di Genova



Uno chef stellato e prodotti locali: sono queste le novità che il restyling dell'offerta f&b porterà al *Cristoforo Colombo* di Genova.

Interessati dall'ammodernamento il bar ristorante self-service al piano partenze, prima dei controlli di sicurezza, e uno dei due bar nell'area imbarchi.

Gestito dal **Gruppo Punto Grill**, nel locale battezzato **Caruggio eat & shop**, i menu stagionali con proposte diversificate all'insegna dei sapori liguri sono stati creati dalla stella Michelin genovese **Ivano Ricchebono**. A sua volta il **Gruppo Lagardère**, al debutto nello scalo, allestirà e gestirà il nuovo bar-market **Briccocafé**, di fianco al Gate 4.

Eataly: prima Parigi, poi Londra

Prima Parigi, quindi Londra. Prosegue a tappe forzate il programma internazionale di aperture della creatura di **Oscar Farinetti**: dopo il recente taglio nastro di Stoccolma, ora **Eataly** si appresta ad approdare prima nella Ville Lumiere e quindi nella capitale britannica.

Con ordine: grazie ad un accordo con **Galleries Lafayette**, accanto alla sua nuova sede parigina in apertura nel cuore dello storico quartiere Marais, troverà collocazione lo store italiano, sviluppandosi su 4.000 mq di cui 2.500 destinati alla vendita.

Se l'esperimento nella capitale darà buoni frutti, Galleries Lafayette avrà facoltà di aprire altri 4 o 5 negozi dell'insegna tricolore in tutta la Francia, secondo quanto dichiarato da **Guillaume Pats**, direttore acquisti del gruppo francese.

Nel Regno Unito invece, in partnership con **British Land**, Eataly taglierà il nastro alla sua prima location nel 2020, dopo aver firmato un contratto di affitto per uno spazio di oltre 3.900 mq in un edificio al civico 135 del quartiere di Bishopsgate, l'antica porta del London Wall realizzato dai romani a difesa della città di Londinium: qui, accanto alla classica selezione dei migliori prodotti italiani, troveranno spazio ristoranti, bar, quick service, laboratori di produzione a vista, una caffetteria e una scuola di cucina.



Markas apre la mensa dell'ospedale di Jesi

A fronte di un investimento pari a 1,25 milioni di euro, **Markas** ha aperto la cucina e la mensa dipendenti all'ospedale *Carlo Urbani* di Jesi, operativo e funzionale in un'unica sede per tutti i servizi all'utenza. L'azienda bolzanina gestirà il servizio di ristorazione di **Asur Marche** fino al 2028, servirà più di 206 mila pasti all'anno a degenti e dipendenti del polo ospedaliero, oltre ai presidi sanitari e residenziali di Area Vasta 2.

La nuova struttura è stata realizzata collaborazione con aziende del territorio, secondo elevati standard di innovazione, ecosostenibilità e antisismicità. Attenzione alla sicurezza alimentare, standard igienici, prodotti di qualità forniti da aziende locali, menu biologici, pasti riservati alle intolleranze completano l'offerta food di una struttura all'avanguardia.

Chef Express inaugura 2 pdv a Belluno

Chef Express S.p.A., società che gestisce tutte le attività di ristorazione del **Gruppo Cremonini**, ha inaugurato i nuovi locali di ristorazione all'interno della stazione di Belluno, appartenente al circuito *Centostazioni* (Gruppo Ferrovie dello Stato).

La nuova offerta si compone di una food court comprendente un bar caffetteria a marchio **Mokà** e un corner **Prosecco Bar Bottega**, una novità assoluta nel canale delle stazioni già sperimentata nell'aeroporto di Malpensa.

Il format di wine bar, nato dalla collaborazione con l'azienda vitivinicola trevigiana **Bottega**, ha qui



una superficie di circa 110 mq con una cinquantina di posti a sedere e una ventina di addetti.

Uno spazio hamburgeria gourmet con servizio al tavolo completerà l'offerta di Chef Express, che vede così estendere la sua concessione per l'offerta f&b fino al 2027 nella stazione veneta, dove è presente dal 1999. Per il rinnovo dei locali la società guidata da **Cristian Biasoni** ha investito circa 700.000 euro.



“Nel mio ristorante solo le verdure migliori.”



Pietro Leemann
stella Michelin per il suo
ristorante Joia,
Alta Cucina Naturale.
Chef alimentarista, filosofo del
gusto della cucina naturale.



Le verdure Orogel
entrano nei menu stellati,
a cominciare dal Joia di
Pietro Leemann, unico
ristorante vegetariano
in Italia con una stella
Michelin. Surgelate appena
colte per mantenere intatte
la loro grande bontà e le
proprietà nutritive, le verdure
Orogel sono controllate e
garantite lungo tutta la filiera:
dal seme ai tavoli del Joia.

“BE VEGETARIAN, BE HAPPY”
- Creazione di Pietro Leemann -

www.orogel.it

Al via "Ristorazione 4.0, la buona scuola è servita" di Fipe

È partita da Firenze l'iniziativa promossa da **Fipe** in collaborazione con **TripAdvisor**, **TheFork** e **Foodora** per consentire agli studenti degli istituti alberghieri di mettere in pratica, tramite un percorso di alternanza scuola-lavoro, le proprie competenze sulle nuove tecnologie che stanno profondamente cambiando il mondo della ristorazione.

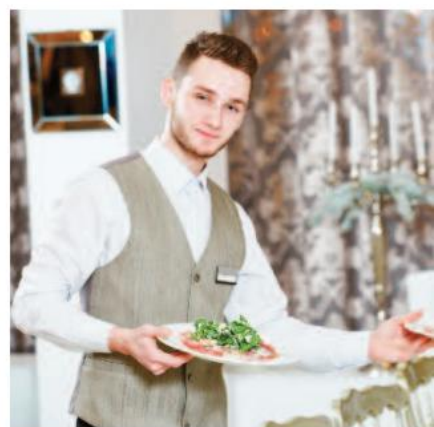
Presso l'IIS *Galilei* di Firenze è entrato ufficialmente nella sua fase

operativa il progetto *Ristorazione 4.0, la buona scuola è servita* annunciato all'ultima edizione di *BTO - Buy Tourism Online*.

Primo step della fase operativa, le lezioni ai ragazzi sulla gestione delle recensioni e delle prenotazioni online, sulla digital presence delle imprese della ristorazione e sul food delivery.

Un recente studio ha infatti messo in evidenza che circa la metà dei ristoratori investe meno del 10%

del proprio tempo alle attività di marketing e la maggioranza (78%) ritiene di dover fare di più per promuovere la propria struttura. È partendo da questa constatazione che è nato il progetto, volto a dare agli imprenditori un aiuto concreto nella gestione web grazie a studenti che, supportati nel loro percorso formativo, ricopriranno nuovi ruoli professionali che la digitalizzazione ha reso fondamentali.



Packaging italiano a traino dell'alimentare

A partire dal 2014 l'industria italiana del packaging ha imboccato la via della ripresa, nel tentativo di raggiungere i livelli pre-crisi. Un percorso – sostenuto in particolare dal segmento alimentare – che l'anno scorso ha portato a superare quota 32,4 miliardi di euro, ovvero il 2,3% in più rispetto all'anno precedente, dato in linea con l'andamento dell'attività manifatturiera (+2,8%) e superiore a quello dei consumi interni (+1,5%) e del Pil (+1,5%).

Secondo le stime dell'**Istituto Italiano Imballaggio** sul 2017, in termini quantitativi si è registrata una crescita intorno al 3%, portando la produzione di imballaggi vuoti in Italia a superare i 16 milioni di tonnellate. Dato ancor più incoraggiante: è soprattutto

la domanda interna a spingere positivamente la produzione italiana. In particolare, lo sviluppo dei piccoli formati di packaging, specie nel settore alimentare, porta il settore imballaggi a registrare buoni andamenti, unitamente alla vendite online che comportano inevitabilmente un maggior utilizzo di packaging da trasporto e di protezione. Anche il commercio estero viaggia a ritmi positivi che, dati riferiti ai primi nove mesi dell'anno, porteranno le esportazioni a crescere, sempre in termini di fatturato, del 4% e le importazioni del 6%. Nonostante la maggior crescita delle importazioni il saldo della bilancia commerciale continua a rimanere positivo superando i 2,1 miliardi di euro.

Abruzzo in campo contro lo spreco al ristorante



Nell'ambito del progetto *Eat me home. Non lasciarmi nel piatto* contro lo spreco, la **Regione Abruzzo** ha consegnato 15.000 doggy bag ai ristoranti della regione. Nata in collaborazione con **Slow Food Abruzzo** e **Molise**, la campagna si rivolge direttamente ai proprietari dei locali, esortandoli a promuovere l'uso dei contenitori per alimenti all'interno delle proprie attività, permettendo in tal modo al consumatore di non lasciare gli avanzi nei piatti.

Oltre alle doggy bag, l'iniziativa ha visto la consegna ai locali di 1.000 vetrofanie, 5.000 brochure informative e 5.000 tovagliette americane, con la richiesta di spiegare ai propri clienti i punti salienti della campagna, convincendoli a superare l'imbarazzo di portare a casa ciò che non è stato consumato al ristorante, abbattendo uno spreco alimentare che, solo in Italia, è costituito da 5,6 milioni di tonnellate di alimenti che in larga parte vengono buttati. Una quantità di cibo che basterebbe a sfamare 44 milioni di persone.



Nel tuo ristorante solo le verdure migliori.

- Verdure coltivate in Italia • Altissima resa in cottura • Offerta ricca ed esclusiva



Orogel è
il partner ideale
per la ristorazione
perché ti offre solo
le verdure migliori,
coltivate esclusivamente
in Italia nei terreni
più vocati, seguendo
il ritmo della natura e
curando ogni dettaglio:
dalla semina al raccolto
fino alle tavole del
tuo ristorante per far
riscoprire ai tuoi clienti
tutta la meraviglia della
nostra terra.

Scopri tutte le iniziative
pensate per te e rimani
sempre aggiornato su:
www.orogel.it

La meraviglia di ogni giorno.

Panini Durini arriva a quota 17

Apri a Milano il 17° locale a insegna **Panini Durini**.

Collocato a ridosso del Quadrilatero della Moda, in via Manzoni, il pdv si estende su 100 mq ha 50 sedute e 6 addetti. Come tutti gli anelli della catena nata a Milano nel 2011 con l'apertura della prima location in via Durini, si tratta di una conduzione diretta.

Sono tre i soci fondatori e proprietari del marchio, sviluppato da **Pancioc SPA: Marta Volpi, Emiliano Villa e Stefano Sturnino**, classe '76, attuale ceo dell'azienda.

Tutti i locali si trovano a Milano e provincia, la maggior parte sono siti in centro città ad eccezione dei pdv presso i **CC Carosello** a Carugate, **Scalo Milano** a Locate Triulzi, nell'hinterland della metropoli, e a **Citylife**, location pilota per le prossime aperture nel canale mall, che rappresenta il target di sviluppo per quest'anno di Panini Durini. L'offerta del format 24bakery dell'azienda ha in carnet 35 panini, oltre quello della settimana che cambia ogni lunedì. A ciò si aggiunge un'ampia gamma

di insalate, toast, tramezzini, piatti stagionali a base di salumi o vegetariani, zuppe e il rinomato avocado toast, unitamente ai prodotti di caffetteria, tra cui spicca una miscela ad hoc con certificazione **Rainforest Alliance**, e i cappucci colorati, realizzati con polveri naturali (matcha, curcuma, chai, e altri). Completano la proposta gli aperitivi e i dolci: questi ultimi, preparati quotidianamente nel laboratorio aziendale e consegnati freschi tutte le mattine su ogni locale, comprendono torte, plumcake, cookies, muffin, brownies e croissant.



Un terzo della spesa dei turisti per il cibo made in Italy

Uno straniero su quattro viene in Italia per il cibo. Che i piatti made in Italy fossero amati in tutto il mondo era cosa nota. Ma, secondo **Col-diretti**, le spese alimentari dei turisti, pari a 26 miliardi di euro, avrebbero superato persino quelle legate alle sistemazioni in strutture ricettive come hotel e bed and breakfast. In dettaglio, il consumo di pasti nella ristorazione si aggirerebbe intorno ai 14 miliardi, mentre l'acquisto di prodotti di alimentari in negozi e mercati ammonterebbe a circa 12 miliardi di euro. Due cifre che, sommate, rappresentano un terzo del fatturato complessivo turistico in un anno, che si aggira intorno ai 75 miliardi di euro. Insomma, secondo i risultati di una ricerca **Ipsos** per **Enit** (Agenzia Nazionale del Turismo), l'offerta enogastronomica sarebbe la prima motivazione di viaggio in Italia per il 23% degli stranieri contro il 16% attratti da monumenti e moda, il 15% da pittura e arte, il 7% dal design e il 5% da musica e teatro. Non è tutto: secondo una ricerca **Bit-Bocconi**, ben il 59% dei turisti stranieri che visitano l'Italia continuano ad acquistare i prodotti alimentari tricolore una volta rientrati a casa. In cima alla classifica degli aficionados di cibo italiano troviamo – un po' sorprendentemente dato lo storico sciovinismo dei "cugini" – i francesi (25,9%) davanti ai tedeschi (22,5%) e agli inglesi (16,9%). Peraltro, il turismo enogastronomico va forte anche tra gli italiani stessi: secondo una ricerca **Coldiretti-Ixè**, il 36% degli abitanti dello Stivale in vacanza acquista prodotti alimentari locali tipici come souvenir per parenti e amici. Sullo sfondo, un patrimonio di competenze, tradizioni e attività che poggia su qualcosa come 60.000 aziende agricole biologiche, 293 specialità Dop/Igp, 5.047 prodotti tradizionali e 523 vini Docg, Doc e Igt.

Bonduelle acquisisce unità Del Monte in Canada

Il fondo americano **Threadneedle Asset Management Ltd** ha raggiunto una quota del 5,015% del capitale di **Marr Spa**, costola del **Gruppo Cremonini** leader in Italia nella distribuzione alimentare per il mondo del foodservice.

La quota è detenuta a titolo di gestione discrezionale del risparmio.

Lo si apprende dalle comunicazioni della Consob relative alle partecipazioni rilevanti: il fondo Usa, già detentore di una quota della società, con questa operazione ne è diventata uno dei maggiori azionisti.

Negli stessi giorni il CdA della società approva il bilancio consolidato al 31 dicembre 2017 che evidenzia un utile consolidato a 65,5 milioni di euro (58,5 nel 2016), ricavi totali consolidati a 1.624,6 milioni di euro (1.544,4 nel 2016), EBITDA consolidato a 116,0 milioni di euro (111,0 nel 2016) ed EBIT consolidato a 97,0 milioni di euro (92,7 nel 2016).

L'utile netto consolidato è stato pari a 65,5 milioni di euro, in incremento dell'11,9% rispetto a 58,5 milioni del 2016 grazie anche alla riduzione del carico fiscale per effetto della diminuzione dell'aliquota IRES.

KFC, taglio del nastro a Curno (BG)

Taglio del nastro a Curno per il 18° KFC aperto in Italia, il 9° in Lombardia, il 5° gestito in franchising dalla **5Roosters** di **Filippo Caravatti** (dopo i pdv di Milano Bicocca, Arese, Brescia e Orio-center). Sono 25 i nuovi posti di lavoro del locale, sviluppato su 450 metri quadri, dotato di 170 posti a sedere, aperto 7 giorni su 7 dalle 11 alle 24. Il 2018 prevede l'apertura di 20 nuovi locali per la costola italiana della multinazionale del pollo fritto guidata da **Corrado Cagnola**. Parte del gruppo **USA Yum! Brands**, la creatura del colonello Sanders ha all'attivo 20.000 ristoranti in 125 paesi dove dà lavoro a 750.000 persone.



Pizzium fa il tris a Milano

Dopo il successo dei ristoranti di via Procaccini e Anfossi, **Pizzium** ha tagliato il nastro alla sua terza location milanese in viale Tunisia, nel cuore di Porta Venezia, una delle aree della movida milanese.

A base dell'offerta la declinazione regionale in 17 varianti della pizza napoletana.

Nel terzo locale meneghino l'insegna si presenta con 75 coperti ai clienti. Che, in attesa del piatto forte, potranno gustare le bruschette

con pane fatto rigorosamente in casa, le freselle con filetti di tonno e cipolla rossa di Tropea, la burrata e la mozzarella di Bufala Dop.

E per un finale in dolcezza, tre dolci golosissimi, tra cui il tradizionale babà napoletano e il tiramisù fatto in casa (quello di zia Rosi). Innaffia il tutto un'ampia selezione di vini regionali naturali e la birra alla spina italiana, dove spicca Birrium, esclusiva doppio malto artigianale ad alta fermentazione selezionata per l'insegna.



robot coupe®

**Consistenza modificata:
un nuovo equilibrio alimentare**



BLIXER®



La miglior soluzione



Dimostrazione gratuita:
mktg@robot-coupe.it

Video su www.robot-coupe.it

Starbucks inaugura il primo Reserve store a Seattle

Collocato strategicamente nel quartier generale di **Starbucks**, al 2401 dell'Utah Ave South di Seattle, ha aperto il primo **Reserve Store**, format del **Siren Retail**, la costola dell'azienda Usa nata nel 2016 per svilupparne i concept premium. Si tratta di una vetrina del brand **Starbucks Reserve** dove, oltre ai consueti latte, caffè e tisane vengono anche serviti drink alcolici, in primis alcuni dei più rinomati cocktail italiani: Aperol Spritz, Milano-Torino e Negroni sbagliato.

È solo l'inizio: il colosso a stelle e strisce ha annunciato che apriranno in tutto il mondo, tra tagli nastro e conversioni, mille Reserve Store, dove tutte le bevande nel menu accompagnano il cibo italiano sfornato da **Rocco Princi**, il panettiere-imprenditore calabrese che a Milano è diventato il "re del pane" e l'anno scorso ha stretto una collaborazione con il gigante dei coffee shop californiano, rifornendo – con pane, focacce, pizza e lieviti vari, dolci e salati – tutti i **Roastery**, l'altra insegna premium della multinazionale aperta per la prima volta a Seattle nel 2014 e a Shangai l'anno scorso.

Una partnership (che presto si sostanzierà anche nel taglio nastro di pdv Princi stand alone a Seattle, Chicago e New York) voluta espressamente dal fondatore **Howard Shultz**, per portare nel mondo anche l'aperitivo italiano (e segnatamente milanese), dopo aver ispirato e disegnato 40 anni fa la proposta della sua caffetteria sul "sense of community, romance and theatre about espresso" che aveva incontrato per la prima volta nel corso di un viaggio a Milano. Proprio la città dove il cerchio sta per chiudersi, con il terzo Reserve Roastery Store che verrà inaugurato in autunno in Cordusio, precedendo le opening di New York, Tokyo, e Chicago.



Il pasto degli universitari secondo Sodexo

Il 61% degli studenti italiani ritiene di cibarsi in modo sano ma senza farne una malattia mentre per il 26% è un aspetto fondamentale della propria vita. Sono i dati emersi da una indagine realizzata da **Sodexo** sulle abitudini alimentari di 4mila universitari di diversi paesi nel mondo. Nello specifico, il 57% dei ragazzi italiani consuma in ateneo un rapido spuntino preparato a casa, contro il 46% di americani e inglesi. Il 35% mangia invece in università, presso un ristorante, caffè o negozio di altro tipo, dato importante se raffrontato al 19% di iberici e indiani o al 6% dei cinesi.

Il fatto che molto meno della metà degli universitari del Belpaese mangi in facoltà, secondo **Franco Bruschi**, Head of Schools & Universities Segment Med Region di Sodexo, dimostra come gli atenei di casa nostra abbiano enormi spazi di miglioramento nel rendere le opzioni per pranzare all'interno dei campus più allettanti. A dispetto di quanto si possa pensare infatti, gli italiani sono anche i meno propensi a imparare a cucinare: solo il 30% vorrebbe acquisire competenze in questo campo, superati solo dai cinesi (22%); all'opposto americani (42%) e (39%) indiani. Il cibo rimane comunque un must per i giovani che vivono lungo lo stivale: piuttosto che risparmiare saltando un pasto (1%), gli italiani non uscirebbero con gli amici (43%), abbandonerebbero un hobby (3%) o addirittura non accenderebbero il riscaldamento (13%). Infine: il 44% circa degli studenti si aspetta di trovare cibi a basso contenuto calorico, privi di allergeni e vegani/vegetariani nei locali e nei negozi dell'università.

Nuovo Ad per Fratelli La Bufala

Giovanni Galbiati è il nuovo amministratore delegato del gruppo **Fratelli La Bufala**, azienda napoletana con 66 ristoranti di cui 55 in Italia e 30 a gestione diretta, per un giro d'affari 2017 di 60 milioni di euro. Gal-



biati ha ricoperto per vent'anni ruoli in aziende del settore moda e lusso quali **Gianni Versace**, **Brioni**, **McArthurGlen**, **Raffaele Caruso**, **Gruppo Angelo Galasso** e **Gruppo Arav** maturando esperienze a livello internazionale. Fondato nel 2003 dai fratelli **Giuseppe**, **Gennaro** e **Antonio La Bufala**, capitalizzando l'esperienza delle pizzerie aperte autonomamente a New York, Madrid e Milano, il marchio napoletano si è sviluppato in patria e all'estero con una offerta basata su cucina campana e pizza.



METRO
DA TE

IL SERVIZIO DI ORDINE E CONSEGNA SU MISURA PER TE

Per costi e modalità del servizio, contattare direttamente il Punto Vendita
o il Numero Verde 800.800.808

METRO. Il vostro successo è il nostro impegno

Pizza e burger di Sebeto passano a OpCapita

Il gruppo **Sebeto** passa di mano: a comprare è il fondo europeo di private equity **OpCapita**, che, a fronte di un esborso che secondo le indiscrezioni è



FRANCO MANNA,
presidente Sebeto

pari a 80 milioni di euro, rileva le quote societarie del fondo inglese **Change Capital Partners**, dal 2011 detentore del 70% del capitale dell'azienda partenopea fondata e guidata finora da **Franco Manna**, proprietaria di oltre 140 locali tra Italia e estero, coi marchi **Rossopomodoro**, **Rossosapore**, **Ham**, **Anema & cozze**.

Proprio **Rossopomodoro**, che conta oltre 60 punti di ristoro in patria (40) e nel mondo (20), ha in essere una partnership con **Eataly** per portare la vera pizza napoletana nei numerosi store internazionali della creatura di **Oscar Farinetti**.

A livello dirigenziale, **Marco Airoidi**, ex amministratore delegato di Benetton ed ex senior partner di Boston Consulting Group, entrerà a far parte di Sebeto come vice presidente esecutivo mentre **Roberto Colombo**, ex chief operating officer di Autogrill, diventerà amministratore delegato.

Stephen Alexander e **Joshua Spoerri**, rispettivamente operating partner e managing director di OpCapita, rappresenteranno il fondo nel CdA della società. I fondatori e azionisti di Sebeto, **Franco Manna** e **Pippo Montella**, continueranno a far parte del Consiglio: il primo resterà presidente mentre il secondo gestirà le relazioni con i fornitori dell'azienda.

Provincia di Trieste:

la ristorazione per le scuole in 6 lotti

Maxi appalto della **provincia di Treviso** relativo ai servizi di ristorazione scolastica e domiciliare per i comuni aderenti alla SUA (stazione unica appaltante): Arcade, Caerano San Marco, Castello di Godego, Fonte, Istrana e Spresiano. Suddiviso in 6 lotti, corrispondenti a ciascuno dei municipi elencati, l'appalto ha un valore complessivo di 1,829 milioni di euro e ha visto vincenti per il lotto 1 e 2 **Gemeaz Elixir** (per un ammontare rispettivamente pari a 201mila e 370mila euro), per il lotto 3 e 5 **Camst** (163mila e 426mila euro), per il lotto 4 la **Casa di Riposo Aita** di Crespano del Grappa (56mila euro), per il lotto 6 **Felsinea Ristorazione** (612mila euro).



Foodservice e ospitalità, +8,7% in 5 anni

Il settore del foodservice e dell'ospitalità italiano è costituito da 386mila imprese, numero in crescita dell'1,7% nell'ultimo anno e del 8,7% negli ultimi cinque, secondo un'indagine della **Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi**, elaborata sui dati del registro imprese.

Regione leader la Lombardia, con 55mila attività. A primeggiare qui è Milano con 19mila (+16% in 5 anni), seguita da Brescia con 8mila (+0,6%), Bergamo con quasi 6mila (+5,5%), Varese con 4mila e quindi da Monza, Como e Pavia con circa 3mila ciascuna. A livello di città, è Roma a classificarsi prima, con oltre 30mila (+20% in 5 anni), quindi troviamo Milano seguita da Napoli con 18mila (+16%), Torino (13mila, + 2%), Salerno, Brescia e Bari (oltre 8mila).





TRE MARIE

Una storia di eccellenza
è la nostra garanzia.



La sapienza antica,
fatta di calore e autenticità.

La più ampia offerta di cornetti
del mercato, per soddisfare
tutti i tuoi clienti.

La cura e il supporto dei nostri esperti,
sempre a tua disposizione.



Tre Marie Croissanterie,
scegli il meglio per il tuo bar.

TRE MARIE

Antica Marca

PASTICCERIA ITALIANA
DAL 1896

tremariacroissanterie.it



Per maggiori informazioni contattaci
al numero verde 800 403 858
oppure scrivici su info@tremariacroissanterie.it

Le molte incertezze che ci attanagliano

Per molte settimane, in vista dell'appuntamento del voto, in Italia ha fatto furore un'allegria sarabanda di facili promesse: drastiche riduzioni del carico fiscale; possibilità, per molti, di ottenere, se disoccupati, un reddito, a spese del pubblico erario con criteri non troppo severi; mano leggera nella riduzione di antiche situazioni di vantaggio per varie categorie.

La danza, alla quale si sono abbandonate molte forze politiche, si è fatta sempre più sfrenata man mano che si avvicinava la fatidica data del 4 marzo.

Ma il clima è cambiato di colpo quando – archiviato il verdetto delle urne – sono risuonati due secchi richiami che hanno bruscamente riportato tutti a fare i conti con la realtà. Il primo è giunto da Bruxelles.

La pubblicazione del "rapporto-Paese" dedicato all'Italia contiene, quest'anno, riconoscimenti positivi ma anche ammonimenti piuttosto pesanti.

Il documento – la cui redazione comporta un lungo lavoro da parte della Commissione europea – non è certamente influenzato dall'esito elettorale. Ma vincitori e vinti del 4 marzo dovranno in pari misura tenerne conto.

Non può essere, per esempio, ignorato il richiamo, fatto dalla Ue, ai troppo limitati progressi fatti in materia di privatizzazioni o nella modernizzazione del catasto o, ancora, nella anomala lunghezza dei processi civili: tutte barriere che ostacolano l'attività produttiva e si traducono in bassa produttività per il nostro Paese.

Quanto ai conti pubblici la previsione (-2%) formulata per il 2019 nel rapporto deficit-Pil, se conferma i progressi compiuti rispetto al 2015/2016, mette tuttavia in luce uno squilibrio macroeconomico considerato ancora eccessivo: poco esaltante caratteristica che nell'Unione presentano, oltre all'Italia, solo Cipro e la Croazia.

Tutto questo a Bruxelles appare piuttosto preoccupante soprattutto perché accostato a un altro dato: quello di un rapporto debito/Pil che si riduce troppo lentamente e che anche l'anno prossimo si attesterà sulla soglia, assai elevata, del 130 per cento.

Un insieme di indicatori che inchiodano la crescita dell'Italia molto al di sotto della media della Ue e fanno temere un rischio di contagio che, dicono a Bruxelles, dall'Italia, potrebbe riverberarsi sull'intera area dell'Unione.

E se un simile giudizio può apparire eccessivo, non si può tuttavia negare che un debito così imponente come quello che pesa sui conti italiani costituisca, come rileva Bruxelles, "una importante fonte di vulnerabilità". Soprattutto se si tiene conto dell'evoluzione in atto negli orientamenti della Banca centrale europea.

E qui veniamo al secondo caveat che ha avuto rilievo nella prima settimana dopo il voto italiano. Il consiglio della Bce, infatti, nella riunione del 7 marzo scorso ha deciso di confermare il suo orientamento favorevole a tenere bassi i tassi ma ne ha attenuato la portata rispetto a quanto stabilito due anni fa.

Una decisione ben ponderata, ma che comunque rende esplicita una correzione di rotta destinata ad accentuarsi appena si sarà concluso, nel 2019, il mandato di Mario Draghi. Francoforte, poi, per bocca del presidente in carica, ha colto questa occasione per ribadire la netta contrarietà alle manovre protezionistiche preannunciate dagli Stati Uniti. "Ogni decisione unilaterale sui dazi è pericolosa", ha sottolineato Draghi.

Lo scenario con il quale dovranno confrontarsi gli eletti del 4 marzo appare perciò

davvero poco agevole. Bruxelles, da un lato, tiene alta l'attenzione sui nostri conti; Francoforte, dall'altro, paventa restrizioni nel commercio internazionale e rigurgiti di protezionismo: ipotesi pericolose soprattutto per i Paesi, come l'Italia, il cui sviluppo è in prevalenza dipendente dall'export.

Un contesto, dunque, nel quale per noi i margini di manovra potrebbero, a breve scadenza, rivelarsi assai ristretti: in grado di ostacolare il percorso di ripresa da poco avviato e, ancor più, tali da spazzar via i miraggi largamente (e poco responsabilmente) dispensati dalle forze politiche durante l'ultima campagna elettorale. Sarebbe tuttavia sbagliato vedere tutto nero e ignorare gli aspetti positivi che pure vanno considerati. Rispetto a cinque anni fa la condizione del Paese è infatti migliorata come confermano, al di là dei dati statistici, alcuni segnali interessanti. C'è una ampia parte del Paese, per esempio, che sembra essersi per davvero messa la crisi alle spalle. I risultati recenti di Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna fanno parlare (*Corriere della Sera*, 10 marzo) di un "triangolo della crescita" che, a date condizioni, potrebbe presto ampliarsi.

Più in generale c'è il complesso della manifattura che si muove bene (richiesta di brevetti europei cresciuta, lo scorso anno, del 4,3% vale a dire il doppio della media Ue; investimenti pubblici in ricerca che aumentano dopo anni di stagnazione) e induce ad affermare (*Il Sole 24 Ore*, 8 marzo): "Convalescenza finita".

Ancora: un settore chiave dell'economia italiana, quello agro-alimentare, anima una rinnovata spinta all'internazionalizzazione (i casi di *Bauli* in India o della *Colussi* in Russia, per citare solo due vicende) mentre, nel segmento della ristorazione, emerge una capacità di attrazione di investimenti stranieri (*Starbucks* che sbarca a Milano; il fondo londinese *Opcapita* che acquista le pizzerie Rossopomodoro).

Sulla base delle considerazioni sin qui svolte una domanda appare plausibile: può un'economia come quella italiana – che ha molti elementi di fragilità accanto a componenti vitali e dinamiche – andare indefinitamente avanti senza un solido riferimento istituzionale e normativo?

Qualche osservatore in vena di ottimismo cita, in questi giorni, diversi casi (Spagna, Portogallo, Belgio) per rassicurare: anche senza un governo la crescita non è preclusa. Sarà anche vero. Peccato che si tratti di Paesi dove il debito pubblico è assai più contenuto di quello italiano; dove la pubblica amministrazione è meglio strutturata e il sistema fiscale non è minato da un livello di evasione fiscale pari ad almeno l'8% del Pil (stime, autorevoli, dell'Osservatorio sui conti pubblici dell'Università Cattolica guidato da Carlo Cottarelli). È forse perciò più prudente prestare attenzione a chi è, ogni giorno, a diretto contatto con la realtà economico-sociale. "Occorre assolutamente trovare una sintesi", avverte Matteo Zoppas, presidente degli industriali veneti (*La Stampa*, 10 marzo). "Altrimenti non riusciremo ad avere quella governabilità di cui ha bisogno il Paese in questa fase ancora difficile". In sostanza: l'Italia aspetta ancora riforme profonde che le consentano di affrontare meglio le sfide con competitor agguerriti. E, a questo scopo, non servono gli annunci fatti in campagna elettorale ma scelte di governo concrete e seriamente motivate. Un messaggio, quello di Zoppas, ispirato a un ponderato realismo. C'è da augurarsi che non cada nel vuoto.

Antonio Duva

CONTA SU FIVESERVICES

Un servizio a **360°** per la ristorazione
industriale, collettiva e commerciale.

SCOPRI DI PIÙ SU
FIVESERVICES.COM



6 sedi operative
in tutta Italia



7 operatori
customer



26 tecnici
specializzati



24 ore su 24
di assistenza

SOLUZIONI A 360° PER LA RISTORAZIONE

Progettazione • Vendita • Installazione • Manutenzione • Information Technology

Ad oggi abbiamo svolto più di **32.000** interventi di manutenzione tecnica con l'obiettivo di garantire un servizio completo ed efficace. Sempre presenti per la tua azienda: dalla vendita di attrezzature e impianti per la ristorazione, alla loro installazione e manutenzione continua nel tempo.



Via Giovanni Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
(+39) 02 9147.6767

www.fiveservices.com
info@fiveservices.com


FiveServices



Un continente **in marcia**

Il foodservice europeo in tutte le sue articolazioni (commerciale moderna e collettiva) corre a ritmi da record. Ma sul podio ci sono le multinazionali di Stati Uniti, Regno Unito e Francia. E l'Italia? Per ora si accontenta della "medaglia di legno".

di Massimo L. Andreis

I migliori risultati da quasi 10 anni: nel 2016 i 99 più importanti operatori del foodservice del Vecchio Continente, in diverse articolazioni della commerciale e della collettiva, hanno messo a segno una crescita del 7,1% (a cambi costanti).

Si è chiuso così, con il tasso di sviluppo più elevato, un triennio d'oro che aveva già visto il mercato europeo progredire del 6,3% nel 2015 e del 5% nel 2014.

Le aziende considerate hanno realizzato nel complesso vendite pari a circa 110 miliardi di euro (al netto dell'I.V.A.).

Sebbene tutti i segmenti registrino exploit positivi, quick service e contract catering sono stati quelli trainanti: il primo, in particolare, è avanzato del 10,9%, grazie alla crescita e alle acquisizioni messe a segno dai suoi protagonisti.

La fotografia che ci restituisce *Foodservice Europe* nell'analisi condotta sui risultati di alcuni dei principali mercati d'Europa nel 2016 è dunque decisamente positiva in ragione di tre principali fattori: il miglioramento della situazione economica complessiva di molti paesi, una maggior disponibilità di denaro per i consumi privati e, dulcis in

2016: Top 10 Europa*

R	Gruppo	Vendite in € m
1	McDonald's**	21,300
2	Sodexo	7,698
3	Compass Group	6,679
4	Elior	5,896
5	Yum! Rest. Int.	4,618
6	Burger King**	4,250
7	Mitchells & Butlers	2,553
8	Domino's Pizza**	2,250
9	Greene king	2,223
10	Autogrill Group	2,038
	Totale	59,505

©FoodService Europe & Middle East

* Foodservice system sales (2016)

** Stimato



fundo, la ristorazione intesa sempre più spesso come stile di vita se non vero e proprio status symbol. Non per nulla la percezione generale che i consumatori hanno del settore è in costante crescita.

Del metodo e nel merito

Le vendite totali dei primi 99 operatori della classifica rappresentano il 20% del mercato globale del foodservice europeo. Si tratta come evidente di una percentuale relativamente bassa, conseguenza di una struttura ancora molto frammentata, eccezion fatta per alcuni contesti nazionali, Regno Unito, Francia e Russia in testa.

Un passo indietro: nel 2009 si era registrato il tasso di crescita più basso di tutto il primo decennio del nuovo secolo, +1,7%. I venti della crisi spiravano già forti sul Vecchio Mondo, laddove solo due anni prima l'avanzamento dei principali 99 player era stato da record, pari all'8%.

Anche se ci stiamo riferendo ai big del mercato, va segnalato che ben 32 su 99 di essi realizzano la gran parte del loro fatturato in un solo paese. Non solo: la metà di questi 32 operatori ha passa porto britannico.

Occorre a questo punto premettere che, in questa analisi, l'industria della ristorazione è stata esamina suddividendola in sei principali segmenti: quick service, full service (servizio completo), con tract catering (collettiva), travel, in-store e pub (Fig. 2 pag. 25). Non sono invece considerati i settori alberghiero, della ristora-

zione militare, le gestioni interne negli enti pubblici e nelle stazioni di servizio. Inoltre, le vendite sovrapposte vengono conteggiate due volte. Per esempio: nella classifica sono riportate le vendite della rete di **Burger King Corporation** e, allo stesso tempo, quelle di alcuni dei principali partner multi-brand del colosso Usa del whopper. E ancora: le cifre presentate si basano principalmente sulle informazioni fornite dalle società e non hanno la pretesa di essere complete ma sufficientemente indicative per fornire una panoramica continentale del foodservice nella (quasi) totalità delle sue numerose branche. La classifica riporta i numeri delle aziende in euro, e va considerato che nel 2016, rispetto all'anno prima, la sterlina inglese si è deprezzata parecchio (dell'11,2% per l'esattezza), il rublo russo rafforzato e sei altre monete sono calate nel tasso di cambio con la valuta comune europea.

Ecco ad esempio perché, pur mantenendo lo stesso giro d'affari, le

aziende britanniche si piazzano più in basso nella classifica del 2016 rispetto all'anno prima.

Per rendere quindi l'elenco il più trasparente possibile, i tassi di crescita segnalati dalle aziende al di fuori della zona euro sono mostrati in termini di valuta costante. Altrimenti, rifletterebbero principalmente le oscillazioni monetarie.

La Top10

Date queste premesse metodologiche e necessarie avvertenze, con vendite che assommate risultano pari a 59 miliardi di euro, i

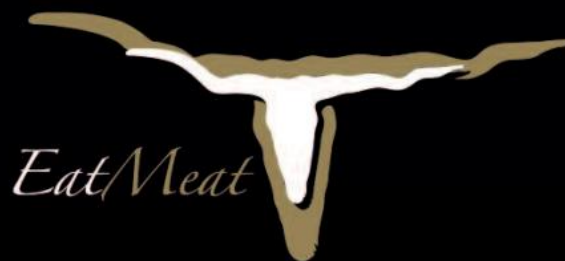


Signori si nasce



Signori si nasce e il Conte Angus ne è la prova. Hamburger di carne bovina fresca irlandese, deve la sua superiorità gustativa alla cura con cui vengono allevati i capi. Dedicato a chi a tavola cerca qualità e freschezza e non si accontenta se non del meglio. Origine garantita, gusto intenso, tenerezza imbattibile. Benvenuto Conte Angus!

100% Irlanda



primi 10 player della classifica continentale rappresentano oltre la metà del business complessivo delle aziende prese in esame (Fig 1 pag. 24).

La prima della classe, **McDonald's**, da sola realizza un quinto del fatturato della Top99 e un terzo di quello della Top10, con 21,3 miliardi di euro di vendite aggregate. Seguono colossi della collettiva del calibro di **Sodexo**, **Compass** ed **Elior**. La seconda e la quarta società sono francesi, la terza inglese.

All'8° posto ha fatto il suo ingresso un'altra realtà degli States, **Domino's Pizza**, che grazie a una progressione del 20% è balzata di ben cinque posizioni verso l'alto in un anno. Solo l'inglese **Mitchells & Butlers** (-0,7%) risulta in leggero calo tra le prime 10.

Nota positiva anche per un nome italiano: dal 12° posto in cui si era piazzata nel 2015, nel 2016 **Autogrill** è arrivata al 10°, leader nel segmento del people on the move.

Se consideriamo invece gli exploit maggiori, sugli scudi troviamo il francese **Groupe Bertrand** (17°) con un formidabile +185,4% e la portoghese **Ibersol** (47°), +123,4%.



Quick service

Complessivamente, 29 delle prime 99 aziende sono cresciute nel corso del 2016 a doppia o persino a tripla cifra, a fronte di 12 hanno visto diminuire le loro entrate: ciò dimostra ancora una volta quanto l'annata sia stata eccezionale per il foodservice in Europa.

Andando ad analizzare i singoli segmenti, dobbiamo partire dal campione di incassi che è il quick service (Fig. 3 pag. 27): 29 delle 99 compagnie esaminate sviluppano questo tipo di offerta veloce, la maggior parte sono statunitensi, inglesi e francesi. Con un fatturato di oltre 48 miliardi di euro, realizzano il 44% delle vendite della Top99 e presentano un'offerta variegata che va dalla pizza all'hamburger, dal caffè al sushi.

Non si tratta solo del settore più importante in termini di quantità ma anche in più rapida espansione come anticipato, come dimostra l'avanzamento del 10,9% messo a segno nel 2016 (dopo il +7% registrato l'anno prima). E non è tutto: assomma la maggior parte delle nuove aperture, è il più innovativo e organizzato, vede al suo interno le catene f&b più estese e registra i profitti più alti. Nel suo ambito sta prendendo piede – come evidente a tutti – la consegna a



Fig. 2

2016: Top 5 per segmento

Settore	R	Gruppo	Vendite in € m'16	Vs. '15
QSR	1	McDonald's*	21,300	4.5%
	5	Yum! rest. Int.	4,618	12.4%
	6	Burger King*	4,250	12.4%
	8	Domino's Pizza*	2,250	20.0%
	11	Whitbread	1,985	6.7%
		Top 5 Totale	32,418	7.5%
Contract Catering	2	Sodexo	7,698	2.4%
	3	Compass Group	6,679	2.7%
	4	Elior	5,896	3.9%
	16	Aramark*	1,400	4.0%
	25	WSH*	875	10.0%
		Top 5 Totale	22,548	3.3%
Travel	10	Autogrill Group	2,038	1.8%
	13	SSP	1,891	5.0%
	19	LSG Sky Chefs	1,236	1.7%
	21	Gategroup	961	34.5%
	22	Do & Co	913	5.0%
		Top 5 Totale	7,039	6.6%
Pub	7	Mitchells & Butlers	2,553	-0.7%
	9	Greene king	2,223	7.7%
	12	Wetherspoon	1,952	5.4%
	28	Marston's	810	6.2%
	29	Stonegate Pub Company	785	14.5%
		Top 5 Totale	8,323	4.9%
Servizio completo	23	Agapes*	900	-3.0%
	26	The Restaurant Group	870	3.8%
	27	Nando's*	857	12.3%
	36	S-ryhmä	679	-2.9%
	39	PizzaExpress	623	9.8%
		Top 5 Totale	3,929	3.5%
In-Store	18	Ikea*	1,300	8.0%
	35	Migros	690	1.1%
	51	Marks & Spencer*	422	3.0%
	64	Coop Suisse	337	0.5%
	72	Groupe Casino*	290	-1.7%
		Top 5 Totale	3,039	3.8%

* stimato

©FoodService Europe & Middle East

Fig. 3

domicilio, che sta assumendo un peso via via più significativo come fonte di incassi accanto ai pasti consumati nei locali.

Sono tre i tipi di format che stanno performando meglio in questa categoria: fast casual, coffee shop e bakery.

È grazie ad essi che le aziende più consolidate stanno progredendo ancora, puntando su alcune caratteristiche peculiari: prodotti freschi e un'offerta premium poco standardizzata. Il successo del modello fast casual, in particolare, poggia sulla combinazione del servizio fast e del carattere informale dei locali, aperti sia a pranzo che a cena.

Sulle 29 insegne del gruppo QS, solo tre hanno visto le vendite in calo mentre 16 hanno avuto incrementi a doppia cifra.

Ovviamente, il leader qui è McDonald's, che con un fatturato di 21,3 miliardi di euro, è cresciuta del 4,5% a tassi di cambio costanti. In particolare, il colosso di Oak Brook, che continua ad avere problemi in casa, va forte nel mercato inglese ma ancor più in alcuni paesi di piccole e medie dimensioni del Vecchio Continente.



Ristorazione collettiva

La ristorazione collettiva è rappresentata da 19 aziende che hanno totalizzato un fatturato aggregato pari a 28 miliardi di euro nel 2016, in aumento del 3,5% dopo il +3,9% realizzato nel 2015.

I principali player sono quattro: Sodexo, Compass, Elixor e **Aramark**. Ciascuno di essi è attivo in diversi mercati europei e più in generale mondiali. Altri caterer della Top99 hanno attività in diversi mercati della regione, da uno a cinque.

I migliori in termini di crescita relativa nel 2016 risultano l'olandese **Vermaat Groep** (+26,9%), il francese **Groupe API** (+13,8%) e la britannica **WSH** (+10%).

Solo una SRC della lista ha visto risultati in calo.

Naturalmente, contract catering implica operare in mercati vincolati con grandi appalti e gestioni basate sull'attenta considerazione dei margini di guadagno, principalmente in tre segmenti: aziendale, scolastica e sociosanitaria.

Non solo. Il comparto è caratterizzato da una competizione elevata che non si manifesta tanto nella ricerca dei favori dei consumatori ma nell'aggiudicazione di contratti. Nondimeno, proprio per andare

incontro a questi ultimi, dal cui grado di soddisfazione dipendono anche i criteri di gara e le scelte dei committenti, le mense stanno diventando veri e propri ristoranti, a volte anche interaziendali, dove i caterer, che sempre più spesso negli ultimi anni si affacciano o cercano di allargarsi nel campo della ristorazione commerciale moder-

na (si pensi alle insegne e al dinamismo delle italiane **CIR food** e **Camst** in questo ambito ad esempio), implementano formule vicine, mutate o già proposte in centri città, shopping center e pdv nel canale travel.

Sullo sfondo, catering per strutture sportive e per eventi stanno andando a compensare margini di profitto via via più risicati.

Ristoranti con servizio completo

Ci sono 26 nomi in questa categoria, la maggior parte di essi hanno sede nel Regno Unito e in Francia.

Il fatturato totale qui ammonta a 10,6 miliardi di euro, con un aumento del 4,2% (+4,3% nel 2015). Nessun operatore in questo settore arriva al miliardo di euro in termini di vendite annuali. I primi tre marchi che incontriamo sono la francese **Agapes**, la britannica

The Restaurant Group e la sudafricana **Nando**.

La crescita più robusta in termini relativi l'hanno messa a segno le britanniche **Casual Dining Group** (+29%) e **Wagamama** (+16,2%), unitamente alla spagnola **Food Service Project** (+25,6%). Sono invece sei le aziende con risultati in calo.

Si tratta principalmente di realtà che hanno in portfolio diversi format a tema, che

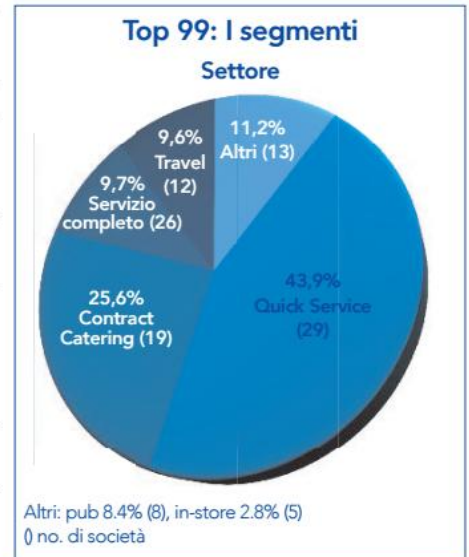
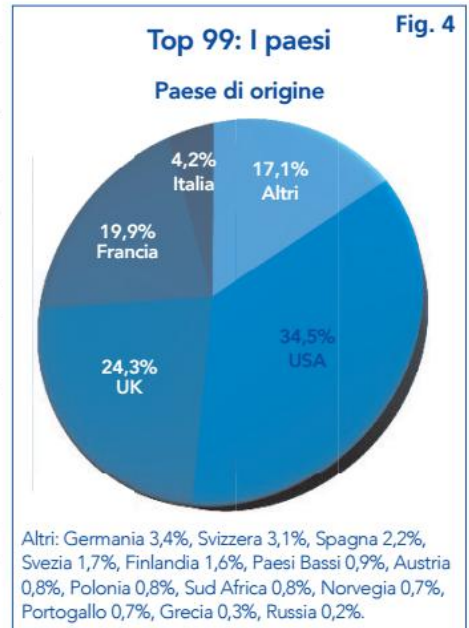


Fig. 4



vanno a coprire uno spettro culinario ampio (si pensi all'italiana **Cigierre**, che occupa il 65° posto della Top99 e promette di salire la classifica dopo l'acquisizione nel 2017 della catena **America Graffiti**).

Travel

Aree di servizio, stazioni ferroviarie e aeroporti, unitamente al catering aereo, sono gli ambiti dove gli operatori a questa tipologia di offerta operano principalmente. Contesti dunque in concessione.

Nella Top99 sono 12 le società che incontriamo, che totalizzano fatturati per complessivi 10,5 miliardi di euro, + 5,6% nel 2016 (+4,7% nel 2015).

A dominare qui è l'italiana Autogrill, con 2,038 miliardi di euro di vendite, in crescita però "solo" dell'1,8% rispetto all'anno prima.

Crescita a doppia cifra invece per altri due player: lo svizzero **Gate Group** (+34,5%) e la francese **Newrest** (+16,6%). Nessun azienda registra qui vendite in contrazione.

A caratterizzare questo business sono elevati flussi di clientela e numeri sostanzialmente sicuri. A livello di trend, si osserva il progressivo innalzamento del target dell'offerta, specie in scali aeroportuali e grandi stazioni ferroviarie, interessati da innumerevoli interventi di



ammodernamento che vedono l'offerta food assumere un peso via via maggiore, come dimostra la sostituzione di operatori e insegne locali con brand e player nazionali e internazionali. In questo contesto, tra le altre peculiarità, la proposta per la colazione ha un peso maggiore rispetto ad altri canali della ristorazione.

Pub

Quello dei pub è un segmento tipicamente britannico. Nel 2016 ha prodotto vendite per 9 miliardi di euro, in crescita del 5% (+16,6% nel 2015).

I primi della classe sono il gruppo Mitchells & Butlers (in leggera flessione peraltro), **Greene King** e **Wetherspoon**. Per la prima volta nell'elenco compare una società spagnola: **Casual Beer & Food**.

2016: Top 99 Stato per Stato

Paese ¹⁾	No. ²⁾	Vendite in € m	
		'16	vs. '15
USA	8	37,806	7.6%
UK	25	26,665	5.5%
Francia	17	21,773	8.0%
Italia	6	4,574	2.5%
Germania	9	3,712	2.3%
Svizzera	7	3,408	10.7%
Spagna	8	2,451	10.9%
Svezia	3	1,815	56.8%
Finlandia	4	1,727	0.4%
Paesi Bassi	3	954	10.6%
Austria	1	913	5.0%
Polonia	1	900	27.0%
Sud Africa	1	857	12.3%
Norvegia	2	802	-6.3%
Portogallo	2	773	54.9%
Grecia	1	285	-3.4%
Russia	1	190	-8.0%
Totale	99	109,605	7.1%

¹⁾ origine - ²⁾ società

In-store

Sono 5 le aziende che presentano un'offerta ristorativa complementare al loro core business. Assommano fatturati pari a 5 miliardi di euro (+3,8% nel 2016, +2% l'anno prima). In testa a questa classifica parziale troviamo **Ikea**, le cui vendite f&b sono crescite dell'8%. Segue la catena di grande distribuzione svizzera **Migros**, che all'interno dei suoi store prevede una composita proposta attraverso ristoranti e take away. In generale questa categoria è dominata da concetti self service, una clientela dove donne e over – vale a dire i principali acquirenti in questi contesti – sono superiori alla media.



Comenda 4.0

Premiati con l'innovazione!



Solo 33 litri per il risciacquo di 1000 piatti!

Le lavastoviglie a nastro NE3 di Comenda ti garantiscono elevata produttività e consumi ridotti.

Inoltre sono predisposte per **Industry 4.0** e ti permettono di accedere all'**iper ammortamento del 250%** per l'acquisto di beni strumentali. Grazie all'innovativa tecnologia PLC, puoi monitorare in tempo reale il funzionamento e i consumi della tua lavastoviglie.

Lo puoi fare anche da remoto e da qualsiasi dispositivo, come il tuo cellulare. Così hai sempre tutto sotto controllo.

NE3 è la soluzione ideale per grandi mense, ospedali, alberghi e inflight catering.

Per maggiori informazioni:
sales@comenda.eu





Italia alla finestra

Le aziende ricomprese nella classifica provengono da 17 paesi diversi. Otto hanno passaporto Usa e assommano le maggiori vendite, il 34% del totale della Top99.

Si tratta principalmente di concept quick service e di hotelserie, veri e propri ambasciatori dell'Unione a stelle e strisce nel mondo. Nessun paese europeo preso singolarmente riesce ad esprimere una massa simile di format e vendite superiori.

Al secondo posto troviamo infatti il Regno Unito, con ben 25 società che rappresentano il 24% del fatturato dell'elenco. Il terzo gradino del podio è occupato da 17 realtà francesi, con una quota di mercato del 20% a livello continentale. Sommati tutti assieme, i player di questi tre stati costituiscono i tre quarti della Top99. Nessuno cambiamento significativo è intervenuto negli ultimi anni.

Grande assente, l'Italia. Il Belpaese si piazza sì al quarto posto (Fig. 5 pag. 30), la famigerata "medaglia di legno", in linea con una storica vocazione nazionale ad essere ultima tra i primi (piuttosto che prima degli ultimi), ma con una percentuale inferiore al 5%, ben lontana dai primi tre della classe. Un risultato tanto più insoddisfacente se si considera che l'Italia esprime una delle cucine più gettonate al mondo, con pizza e pasta a venire sfruttate (e non di rado bistrattate) da multinazionali straniere capaci di portare le nostre pietanze ai quattro angoli del globo. Timidi passi in avanti se ne scorgono qua e là, nonostante la spiccata tendenza, raggiunta una certa dimensione che permetterebbe di spiccare il volo, di vendere al miglior offerente

(straniero, of course o ça va sans dire che si voglia). Di più: tra 2015 e 2016, l'incremento dei fatturati dei brand italiani della Top99 è stato pari solo al 2,5%, contro l'8% di quelli transalpini, il 5,5% dei britannici e il 7,6% di quelli made in Usa.

E ancora: sono solo 6 le aziende tricolore della Top99, contro le 25 britanniche, 17 francesi e le già citate 8 a stelle e strisce (relativamente poche in quest'ultimo caso ma con i fatturati "monstre" visibili scorrendo la classifica). Ne hanno di più anche gli spagnoli (8), che pur avendo una quota complessiva inferiore a quella tricolore (2,2%), dimostrano una spiccata vitalità.

Al di là infatti dei dati di vendita aggregati per nazione, la scarsità di soggetti italiani capaci di andare all'estero dimostra quanto l'imprenditoria di casa nostra, salvo rari, encomiabili casi – come attesta il balzo sull'ultimo gradino della Top10 di Autogrill – si attardi ancora alla finestra, incapace di raggiungere una massa critica (e una vocazione) capace di valicare i confini nazionali, per sviluppare a catena i suoi concept.



WORKMAN
IS WHAT
YOU **DO.**

FATHER
IS WHAT
YOU **BE.**



Con BluBe lavori sulle passioni dei tuoi collaboratori.
Grazie al welfare aziendale di BluBe potrai incentivarli con una vasta gamma di prodotti e servizi che abbiamo creato per la tua azienda. Perché la produttività nasce dal benessere.

**BLU
BE.**

WORK, LIVE, BE MORE

Per scoprirli visita il sito www.blube.it o scrivici a clienti@blube.it

Gruppo CIR food



Uno spumeggiante fiume di malto e luppolo

Nonostante la recente crisi economica, il giro d'affari del fuori casa in questi anni ha tenuto botta e in questo contesto la birra ha dato il suo contributo, con vendite per 6 miliardi di euro, ovvero quasi l'8% di tutto il foodservice nazionale

I dati raccolti nel recente studio condotto da Althesys per conto dell'Osservatorio Birra e promosso da Fondazione Birra Moretti parlano chiaro: dei 76,5 miliardi di giro d'affari registrati dal fuo-

ricasa, 6 sono rappresentati da bionde, rosse e... "more" più o meno spumeggianti.

Insomma la birra piace agli italiani e piace parecchio. A questo proposito lo studio mette in luce

come attraverso il canale HoReCa, lungo lo Stivale ne siano stati venduti nel 2015 circa 7,8 milioni di ettolitri.

La complessa congiuntura economica non ha afflittito, dunque, il

mercato dei servizi di ristorazione ma piuttosto quello dei consumi domestici, che ha subito un erosione nel periodo 2007-2015 di più di 18 miliardi di euro. Aggiungiamo che la stabilità del fuori



casa nazionale è un dato tutto italiano in controtendenza rispetto a buona parte dell'Europa. Con i suoi 48 punti di consumo ogni 10.000 abitanti, il comparto dell'HoReCa italiano secondo **Euronitor** è uno dei più frammentati d'Europa. In Germania (24), UK (25) e Francia (23), i numeri sono decisamente inferiori. È solo in Spagna che lo scenario appare più affollato del nostro, con 65 punti di consumo ogni 10.000 abitanti. In un ottica di confronto con il resto del vecchio continente, occorre dire anche che il nostro Paese è anche quello dove opera il minor numero di catene di ristorazione (5,4% sul totale degli esercizi pubblici). Un dato utile per valutare le dinamiche dei consumi extra domestici delle famiglie, soprattutto se comparato con quelli della Francia e della Germania, (paesi in cui tale valore si attesta intorno al 28,5%) o del Regno Unito, con il 37,7%.

A tutta birra

Una cervesa tira l'altra e tutte insieme oggi rappresentano il 7,8% dei ricavi complessivi dei consumi

fuoricasa. Una bella performance che in volume rappresenta circa il 41,5% dei consumi complessivi di birra lungo lo Stivale come ci dice **Assobirra**. Un percentuale più bassa rispetto a quella registrata dalle vendite della GDO ma che in termini di valore sottende il 75% dei ricavi totali del mercato birrario italiano. In chiusura di indagine una piacevole conferma. Nel comparto dei ristoranti, il segmento in cui la birra funziona di più è quella delle pizzerie, dove ha un'incidenza pari all'11% delle vendite.

La vendita rappresenta l'ultima fase di un processo che nell'HoReCa dà origine a una filiera (fra produzione, distribuzione e vendita) da oltre 2 miliardi di valore. Quest'ultima impiega più di 75mila lavoratori dipendenti tutti riconducibili all'universo birra. Ben 69.700 sono quelli riconducibili al momento della vendita, che ancora una volta si dimostra la fase preponde-

AL BAR O AL RISTORANTE...

Per i 114.720 bar presi in considerazione, i ricavi da vendita di birra sono stati stimati in 1,962 miliardi di euro, pari all'11% delle loro vendite totali. Il cluster bar serali è quello in cui la birra fa registrare il peso maggiore sulle vendite complessive (27,5%, che diventa 50% per i bar birreria). Questa specifica categoria, a cui afferiscono i pub e i locali di tendenza, pur se in termini numerici rappresenti solo il 7,2% degli esercizi commerciali, ha una grande valenza dal punto di vista economico, in quanto genera il 30% dei ricavi da birra per l'intero segmento bar. Per i 108.163 ristoranti considerati, i ricavi connessi direttamente alla vendita di birra sono stimati in 2,339 miliardi di euro pari al 7% delle vendite totali.

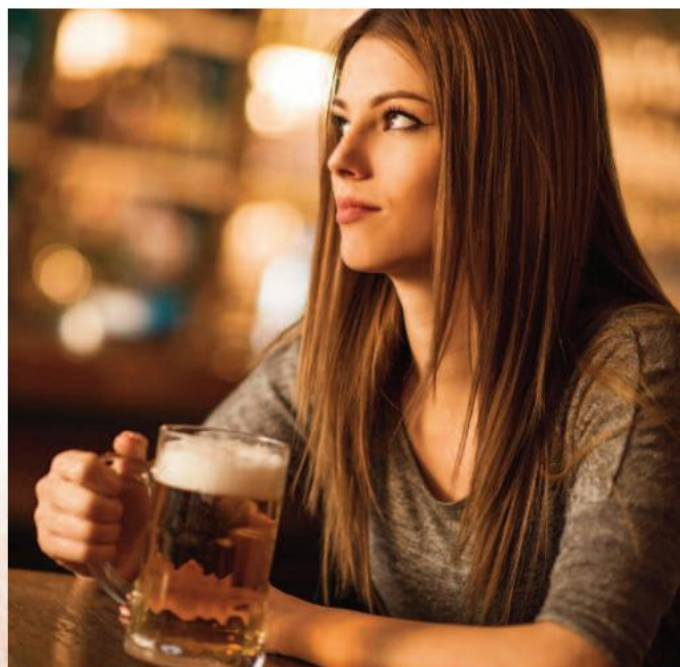
(fonte: studio "Famiglie e birra, la spina dorsale dei consumi fuori casa in Italia" condotto da Althesys per conto dell'Osservatorio Birra e promosso da Fondazione Birra Moretti)

rante dell'intero processo. Decisamente confortanti i dati anche sul versante della produzione di birra in Italia. Nel quinquennio tra il 2010 e il 2015 i birrifici hanno fatto segnare un +9,4% di attività. Dietro di noi, ma a debita distanza, c'è la

cerveza spagnola (+4,7%). In calo sensibile nazioni notoriamente performanti come Germania, Regno Unito e Olanda.

L'86% del giro d'affari è ascrivibile alle prime 10 aziende produttrici e vale circa 2 miliardi di euro (+21% in un decennio). Quando si parla di birra, l'import è ancora a quote importanti: il 37% della birra consumata arriva infatti dall'estero, il che equivale a dire che l'import sostituisce per i produttori nostrani industriali e artigianali il competitore più agguerrito.

Secondo l'**Osservatorio Birra**, i microbirrifici (coloro che producono meno di mille ettolitri l'anno), sono cresciuti nel quinquennio 2010 - 2015 dell'84% e superano ogni le 700 unità comprendendo anche i brewpub. Va detto che questo segmento soddisfa circa il 2% del consumo complessivo di birra e si rivolge in particolare a nicchie di mercato di appassionati e cultori.





L'ITALIA DELLA BIRRA

Numero di Birrifici attivi in Italia (2016): **757**

Produzione (2016): **14.515.000 ettolitri**

Consumo (2016): **18.,873.000 ettolitri**

Percentuale di consumo fuori casa: **41,2%**

Percentuale di consumo in casa: **58,8%**

Consumo pro capite anno: **31 litri**

Export birra italiana intra EU (2016): **2.065.000 ettolitri**

Export birra italiana extra EU (2016): **51.000 ettolitri**

Import birra intra EU (2016): **6.629.000 ettolitri**

Import birra extra EU (2016): **310.000 ettolitri**

MAXICRYSTAL

IL PIU' GRANDE
POLIBOX®
CRISTALLIZZATO
DI SEMPRE

IL CONTENITORE IDEALE
PER LA PASTICCERIA E
L'ARTE BIANCA, CON
INTERNO CRISTALLIZZATO
PERFETTAMENTE LISCIO,
RIGIDO E IMPERMEABILE
SECONDO LE NORME
UNI EN 12571.

#SMART

 **SMARTPOLIBOX®**

IL NUOVO SISTEMA DI IDENTIFICAZIONE
E TRACCIABILITÀ INTEGRATO
IN POLIBOX®



POLIBOX®

WWW.POLIBOX.COM

ASDS
simplify your work



S.D.S. srl
Via Campo dei Fiori, 13 • 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 • Fax (+39) 02 37074208
www.grupposds.it



LA PAROLA ALLE CATENE

Löwengrube



Data di nascita: **nel 2005 nasce la birreria pilota; nel 2014 nasce il franchising**

Numero punti vendita attivi in Italia: **9**

Punti vendita in gestione diretta: **1**

Punti vendita in franchising: **8**

Giro d'affari (totale brand) 2017: **(8 locali, due dei quali aperti a luglio 2017): € 10.000.000**

Importo scontrino medio: **€ 16,7**

Numero addetti (media singolo locale): **22**

Incidenza percentuale delle vendite di birra sul totale: **30%**

Löwengrube prende il nome dalla via di Monaco di Baviera dove nel 1383, nella locanda Zum Löwen, è stata prodotta la prima birra. Nata nel 2005, oggi Löwengrube è sinonimo di ristoranti bavaresi in Italia. Si caratterizza per un doppio format: sia ristorante che birreria aperta fino a tarda notte. L'obiettivo è creare un punto di ritrovo adatto a tutti, incluse le famiglie con bambini: tutti i ristoranti del marchio sono infatti dotati di un'Area Kinder attrezzata con giochi educativi progettati secondo il metodo Montessori, dove i più piccoli possono giocare in sicurezza. All'unicità degli spazi si aggiunge un menu capace di rispettare ogni esigenza alimentare e di gusto, mantenendo comunque uno stretto contatto con la tradizione di Monaco. Quest'ultima si riflette in particolare sulla selezione di birre, che comprende i migliori mar-

chi della Baviera disponibili sia in bottiglia, sia alla spina, con l'esclusiva spillatura alla tedesca. Lo sviluppo per il 2018 prevede l'apertura di 4/6 ristoranti birreria Löwengrube e di 4 Löwen Wagen, il format di street food adatto a outlet, retail park e centri commerciali. Per il 2019 le prospettive di apertura sono di 6/10 locali e di 6 Löwen Wagen.

L'ingresso in mercati esteri è previsto per fine 2019/inizio 2020.



MASSIMO BARBIERI,
Responsabile Sviluppo
Franchising





BEFed

Data di nascita: **1996**
 Numero punti vendita attivi in Italia: **24**
 Punti vendita in gestione diretta: **13**
 Punti vendita in franchising: **11**
 Giro d'affari (totale brand): **€ 3.000.000**
 Importo scontrino medio: **€ 15,5**
 Numero addetti (media singolo locale): **5/15**
 Incidenza percentuale delle vendite di birra sul totale: **13%**

BEFeD è un brand tutto italiano, nato nel 1996 ad Aviano, in Friuli, dalla volontà di proporre un'offerta ristorativa nuova e di qualità.

È stato tra i primissimi brew pub in Italia a porre in vendita quanto prodotto direttamente in termini di birre artigianali, ancora oggi preparate e curate dai mastri birrai. Alla birra, Lager e Bock, è stato abbinato un piatto unico, di grande bontà e qualità; il Galletto cotto alla brace, selezione esclusiva e speciale di Vallespluga per BEFeD, con



patate fritte di qualità, una fetta di pane e una salsa BEFED dalla ricetta segretissima. Tutto all'insegna di un format votato all'informalità e all'originalità. Dal 2017 al concept "Original" per le grandi aree urbane e dalle ampie superfici, si è aggiunto, per i centri commerciali e locali in centro città, quello dello Small & Take Away Formula.

BEFED Franchising guarda con molto interesse ai mercati internazionali e allo sviluppo della propria rete in Italia; ciò determinerà, già nel corso del 2018, all'apertura di circa 6/7 nuovi locali su tutto il territorio nazionale e un più ampio piano di sviluppo per il 2019.



GIANPIETRO D'ADDA,
 presidente di BEFED Franchising

Doppio Malto

Data di nascita: **2004 nascita del birrificio, 2016 nascita delle insegne Doppio Malto Brew Restaurant**
 Numero punti vendita attivi in Italia: **10**
 Punti vendita in gestione diretta: **7**
 Punti vendita in franchising: **3**
 Giro d'affari (totale brand): **€ 3.000.000 (2017); € 10.000.000 (previsione 2018)**
 Importo scontrino medio: **€ 18**
 Numero addetti (media singolo locale): **20**
 Incidenza percentuale delle vendite di birra sul totale: **30%**

Doppio Malto Brew Restaurant combina il prodotto brassicolo alla qualità gastronomica, puntando sulla diffusione della



cultura della birra artigianale. Sono 13 etichette artigianali alla spina, molte delle quali detengono premi internazionali. Tra le ultime creazioni ci sono Leila Lager, Helles a bassa fermentazione non filtrata, e Jingle Beer, una Doppelbock dai sapori tostati del malto, caffè e del cioccolato, vincitrice dell'oro a Beer Attraction 2018 nella categoria



SALVATORE GRIZZANTI,
 Business Development e
 Franchising Director Food Brand

delle birre di ispirazione tedesca. Disponibili anche birre stagionali e, per i palati più esperti, la proposta ricade sulle birre barricate.

Birre protagoniste anche nel menu con marinature, salse e dolci. In ogni ristorante, disponibili i growler, tradizionali contenitori da 2 litri per la birra alla spina d'asporto. Continua lo sviluppo sull'Italia con 10 aperture nel 2018, mentre per l'estero stiamo ricevendo attenzioni da parte di operatori esteri di cui stiamo valutando proposte. Sicuramente tanta la voglia di andare oltre i confini nazionali.

Retail Award Italy[®] 2018

Prima edizione

Assicurati un posto al Gala Dinner

Le premiazioni del Retail Award Italy si svolgeranno il 24 maggio 2018 al Four Season Hotel Milano nell'ambito di una prestigiosa cena di gala. Sono attesi numerosi ospiti nazionali e internazionali di primissimo piano nel mondo delle catene retail, oltre a landlord, master, sviluppatori, investitori. Non mancare, sponsorizza l'evento.
Info sponsorship: roberta.motta@edifis.it

Sponsor Gold



Sponsor Silver



Associazioni/partner



Retail Award Italy[®]
È un'iniziativa di CNCC e Edifis Spa



Main Partner



Media Partner



www.retailawarditaly.it

info@retailawarditaly.it

FAMILY STORE
E DEPARTMENT STORE

MODA, ACCESSORI,
SPORT

CASA, ACCESSORI
E SERVIZI

ELETTRONICA
E TELEFONIA

INTRATTENIMENTO,
REGALI, GIOIELLI

SALUTE E BELLEZZA

MARKET

FOOD COMFORT

FOOD SMART

TRAVEL RETAIL



I CANDIDATI



I am

KIABI
la mode à petits prix

PIAZZA ITALIA terranova

Amelie
MILANO

BELMONTE
1938

Brums

CALLIOPE

CAMOMILLA

CANNELLA

CARPISA

COTTON & SILK

SPORT
SPECIALIST

Dorabella

Emporio
BE

FLÖREIZA
styled in Florence

Giorgia & Johns

JACK & JONES®

navy

O bag RINASCIMENTO
MADE IN ITALY

SCARPE & SCARPE

TALLY WEIL

TATA
ITALIA

Triumph

Yamamay

z

EXCÉLSA

LEROY MERLIN
Voglia di fare bene

MAXI ZOO

satur

Speed Queen

THUN

EURONICS

Media World

sbs

bartoccini
granmagasin

flying tiger
copenhagen

librerie.coop

PANDORA

Stroili

udi
CINEMAS

CentroMedico
Santagostino

Chiedilo
Farmacista

DENTI & SALUTE

equi

diDental

MAC

NYX
PROFESSIONAL MAKEUP

SMART CLINIC
Gruppo Ospedaliere San Donato

WYCON
cosmetics

bennet

bennet drive

bennet
smart

express
partnership

market
ti adoro

CONAD
ADRIATICO

CRAI
NEL CUORE DELL'ITALIA

Auchan

100
MONTADITOS

America
Fast Food

Lirio's
& Brace

CA' PELLETTI
Nocera Tuffa

ca' puccino
CAFFÈ & CUCINA

cioccolato | italiani
CARATO & CARO ITALIANO

LA TRATTORIA

DISPENSA
EMILIA

DOPPIO MALTO
Brew Restaurant

FRESCO

ham holy burger

HAMERICAS

ITALIANO

LÖWENGRUBE
ORIGINAL SCHNITZER BIERSTUBE

Motta
MILANO 1928

OLD
WILD WEST

PIZZA

Pizzi Kotto

RED

RINALDINI

shi

SIGNORVINO
100% VINI ITALIANI

WIENER
HÄUS

TOI CAFFÈ

Alice
PIZZA

BISTROT
REAL PASTRY

BOTEGA
CAFFÈ CACAO

CAFFÈ

sano e
delizioso

TEGLIA E CUOCI

FLOWER
BURGER

360
FOOD

Chicken
Il pollo caldo, morbido e a temperature

GIAN GUSTO
PIZZERIA E CUCINA ITALIANA

gioppo

IL FORNO
di cibiario

illy
CAFFÈ

La bottega
del Caffè

la yogurteria
l'autentico yogurt greco

LET'S
WOK

MAGNUM
PLEASURE STORE

ODOROKI
SARAI-SANO-PIZZA-CLUB

poolino
Caffè & Pasticceria

QUEEN'S
CHIPS

AERONAUTICA
MILITARE

Zenit

BURGERY
by Roadhouse

chef
store

GOURME

JUICEBÄR
fresh green food

L'ERBOLARIO

OLTRÈ
GUSTO

POMODORO
MOZZARELLA
Sviluppamento Italia

RELAY.
cucina e pizzeria napoletana

VyTA

Approvvigionamenti Bio: una spina nel fianco delle SRC

L'offerta di prodotti biologici non è in linea con le quantità dettate dal Codice degli appalti. E questa criticità non fa che alimentare attività illecite

di C. Giannone

Dopo l'entrata in vigore del nuovo Codice degli appalti, molti operatori della ristorazione non riescono a trovare sul mercato fornitori di alimenti biologici che garantiscano le quantità necessarie per onorare i contratti stipulati con le stazioni appaltanti. Il recente quadro normativo in tema di approvvigionamento di servizi di ristorazione, tiene in debito conto aspetti relativi alla qualità dei generi alimentari con particolare riferimento a quella di pro-

dotti biologici, tipici e tradizionali e a denominazione protetta. Nonché di quelli provenienti da sistemi di filiera corta e da operatori dell'agricoltura sociale. Ma la parte del leone spetta alla sfera del bio. La produzione biologica ha come obiettivo quello di stabilire un sistema di gestione sostenibile per l'agricoltura, che rispetti i sistemi e i cicli naturali e mantenga e migliori la salute dei terreni, delle acque, delle piante e degli animali. I detrattori di questo metodo di



produzione, che si limitano al confronto con i prodotti convenzionali solo sotto l'aspetto nutrizionale, non tengono conto di tutti gli altri elementi positivi che questo metodo di produzione restituisce all'ambiente e alla salute delle persone. La norma che ne prevede la diffusione attraverso gli appalti pubblici è quindi da ritenere sicuramente positiva e coerente con i principi del decreto interministeriale 11 aprile 2008 - PIANO NAZIONALE D'AZIONE SUL GREEN PUBLIC PROCUREMENT PAN GPP. In linea di principio siamo tutti d'accordo nel promuovere pratiche e comportamenti che salvaguardano l'ambiente. Ben vengano quindi norme che ne promuovono la loro diffusione.

Tali regole però non sempre raggiungono gli obiettivi che si sono prefissati e in alcuni casi possono avere effetti non sempre positivi come sta accadendo con la messa in pratica dei cosiddetti CAM, che prevedono l'obbligo di garantire una percentuale minima di prodotti certificati nei capitolati relativi ai servizi di ristorazione, e l'obbligo previsto dall'articolo 144, di premiare i concorrenti che offrono in fase di gara una ulteriore percentuale di prodotti certificati.

Lo squilibrio

Chi ha proposto la norma purtroppo non ha preventivamente valutato la reale capacità del mercato di far fronte alla domanda che ne sarebbe scaturita; questa mancanza di valutazione sta creando dei problemi molto seri perché la domanda è nettamente superiore all'offerta, specie per quanto riguarda le carni e il pesce.

Questa criticità è destinata ad aumentare man mano che scadono i vecchi contratti e vengono indette

nuove gare. La domanda di prodotti biologici ha fatto registrare un incremento anche nella vendite al dettaglio, che sono aumentate nel mercato biologico dell'UE del 54% tra il 2010 e il 2015.

Nello stesso periodo, la superficie totale dedicata all'agricoltura biologica è cresciuta del 21%.

Occorre poi sottolineare che i prodotti bio importati hanno registrato un incremento del 32% tra il 2012 e il 2015.

La situazione che si è venuta a creare dovrebbe far riflettere i



membri del gruppo di lavoro che sta elaborando i nuovi criteri minimi ambientali.

Le aziende di ristorazione si trovano di fronte a due alternative: la prima, non partecipare alle gare, perché consapevoli di non poter garantire la fornitura di tutti i prodotti nelle quantità e con le qualità richieste dai CAM e di non poterne offrire una maggiore percentuale nell'offerta tecnica, perlomeno di tutti i prodotti.

La seconda, partecipare alla gara sperando di poter trovare la disponibilità di prodotti richiesti e magari offrirne una percentuale

maggiore con l'intento di prendere un punteggio alto e aggiudicarsi così l'appalto.

Le aziende serie, in base alla mia esperienza, di solito non offrono percentuali elevate di prodotti di cui non sono sicuri di poterne garantire la fornitura. Quelle meno serie si comportano in modo diametralmente opposto e confidano nella mancanza di controlli che spesso affligge questo genere di appalti.

Purtroppo l'impennarsi della domanda ha fatto sì che alcune azien-

pure se i consumatori possano nutrire oggi maggiore fiducia nel fatto che i prodotti siano effettivamente biologici rispetto a quanto non avvenisse nel 2012, anno in cui la Corte ha eseguito l'ultimo audit di questo settore.

"La sfida con cui si confronta il settore biologico consiste nell'assicurare una costante crescita della domanda e dell'offerta, preservando al contempo la fiducia dei consumatori", ha dichiarato **Nikolaos Milionis**, il Membro della Corte dei Conti europea responsabile dell'audit. La qualità biologica dei prodotti è verificata sulla base di un sistema di certificazione stabilito dalla normativa UE e sottoposto alla supervisione della Commissione europea.

Il sistema è attuato dagli Stati membri e vengono svolte ispezioni a cura di enti sia pubblici sia privati.

Gli enti di certificazione sono selezionati dal MIFAP e controllati da ACCREDIA, l'ente unico nazionale di accreditamento designato dal governo italiano.

Sono però le aziende che scelgono l'organismo di controllo e che pagano direttamente sulla base di un accordo commerciale, un meccanismo non molto rassicurante che lascia spazio a conflitti d'interesse; meglio sarebbe che fosse il MIFAP a designare l'organismo di controllo magari attraverso sorteggio e sempre il MIFAP dovrebbe fissare le tariffe.

Di recente sono state sventate diverse truffe in questo settore, come quella scoperta dalla Guardia di Finanza di Ragusa, che nello scorso novembre ha sequestrato presso alcune aziende biologiche 10 tonnellate di fertilizzanti, concimi, sementi alterate e pesticidi rigorosamente vietati in agri-



E-CASH

LA CASSA CHECK-IN CHE OTTIMIZZA
LE RISORSE E RIDUCE LE CODE

SCEGLI,
PAGA E RITIRA

con Badge, Card, APP Mobile

QSAVE
SALVA IL VALORE



info@qsave.it

qsave.it

elkey.com

IL GUSTO È UN VIAGGIO MERAVIGLIOSO

Nuovi bicchieri Hot & City. Aggiungi il gusto del viaggio alle tue bevande calde. Hot & City Medac è la linea di bicchieri da caffè e da bibita calda dal design originale che riproduce alcune delle più affascinanti città del mondo: da Milano a Londra, da New York a Parigi, da Rio De Janeiro a Napoli. Eleganti, resistenti, realizzati con la massima attenzione all'ambiente, i bicchieri Hot & City sono pensati per essere come un compagno di viaggio con cui esplorare gli angoli più suggestivi del pianeta e scoprire a fondo il gusto di ogni bevanda calda.

Disponibili con Marcatura **CE** e "linea di fiducia" stampata per indicare l'esatto volume della bevanda contenuta, in conformità alla Direttiva Europea 2014/32/UE sugli Strumenti di misura.

Medac S.r.l. - Via R. Wenner, 52 - 84131 Salerno - Italy - Tel. +39 089.301.466 - Fax +39 089.302.069 - www.medac.it - info@medac.it



coltura biologica. Ricontrata oltre alla frode in commercio anche la truffa per i contributi UE incassati indebitamente e l'evasione fiscale. Le indagini, avviate all'inizio del 2017, hanno permesso di scoprire un articolato sistema di frode finalizzato alla commercializzazione, sia in Italia sia verso i principali Paesi europei (Francia, Germania e Inghilterra), di prodotti ortofrutticoli derivanti da agricoltura "convenzionale", ma che invece venivano etichettati come provenienti da agricoltura "Biologica e Biodinamica".

Occhio alle frodi

In molti casi, per soddisfare la crescente domanda dei mercati esteri, in eccesso rispetto alle disponibilità di raccolto, venivano incamerati nei magazzini aziendali destinati al prodotto biologico anche partite di merce convenzionale provenienti direttamente da terreni, non certificati "BIO", di ignari produttori agricoli della zona. Il sistema di frode, poi, si completava attraverso l'alterazione dei risultati delle analisi chimiche eseguite su campioni di prodotti e quindi confezionati ed etichettati con la tipica raffigurazione della "fogliolina verde".

Un altro caso è stato scoperto di recente dai finanzieri della Tenenza di Barcellona Pozzo di Gotto, dagli ispettori dell'Unità Investigativa Centrale dell'ICQRF, l'Ispettorato

re-
pres-
sione
frodi del Mi-
nistero delle Po-
litiche Agricole Alimen-
tari e Forestali e dai Carabinieri del Reparto Carabinieri Tutela Agroalimentare di Messina. Insieme, hanno posto sotto sequestro quasi 500 tonnellate di falsi prodotti Bio destinati al mercato estero. Attraverso la falsificazione di registri, documenti di tra-

sporto e fat-
ture di ven-
dita, i truffatori
rivendevano prodotti
agricoli come finocchi, patate, se-
dani, carote e limoni apponendo
illecitamente la dicitura "biologi-
co". Un altro caso di contraffazione
si è verificato nel vercellese. Le in-
dagini, condotte sempre dalla
Guardia di finanza, hanno portato
al sequestro di 3.800 tonnellate

di cereale e hanno permesso di smascherare una vera e propria truffa. In questo frangente, gli agricoltori utilizzavano diserbanti non ammessi in agricoltura biologica allo scopo di aumentare la resa per ettaro delle proprie risaie, visto che il riso bio viene pagato tre volte in più rispetto al riso tradizionale. Un altro caso clamoroso si era verificato qualche anno fa e aveva riguardato una partita di grano finito nei quattro mulini più importanti d'Italia nel settore biologico granario. La truffa, partita da un paese in provincia di Foggia, era avvenuta a causa degli enti certificatori che dovevano (e potevano) controllare la conformità del prodotto, ma non se ne resero conto in tempo...

Molti di questi prodotti sono stati acquistati da aziende di ristorazione per garantire i loro impegni contrattuali. È quindi evidente che un forte squilibrio tra domanda e offerta di un bene, come accade oggi nel caso dei prodotti biologici, incoraggia meccanismi illegali e truffaldini che di sicuro non fanno bene al mercato e alla credibilità delle aziende serie.



Pensare **da grande**

Markas è entrata nel Gotha delle imprese italiane di servizi integrati, e con la Divisone Food serve 12 milioni di pasti a oltre 200 committenti ogni anno

di M. L. A.

Con un fatturato Italia pari a 193 milioni di euro, che salgono a 242 a livello di Gruppo, 6.822 addetti, cui se ne aggiungono altri 2mila in Austria, Germania e Romania, 33 anni dopo la sua fondazione Markas è a tutti gli effetti un colosso dei servizi integrati. Nel ramo Food, in particolare, fattura 66 milioni di euro, produce 12 milioni di pasti in un anno in 184 centri cottura per 215 clienti e dà lavoro a 1.932 addetti. Data la posizione conquistata nel tempo dall'azienda bolzanina, i suoi dirigenti operano da un osservatorio privilegiato per comprendere criticità e punti di forza del mercato della ristorazione: "Il segmento della collettività è in costante evoluzione, e con esso le sfide che si presentano alle aziende che gestiscono il servizio", ci dice Christoph Kasslatter,



CHRISTOPH KASSLATTER,
amministratore delegato di Markas

amministratore delegato dell'azienda di famiglia. "La carenza di fondi da parte degli enti pubblici negli anni ha contratto i prezzi, sebbene al contempo le richieste dei capitolati in termini di qualità delle materie prime siano sempre più alte. A questo si aggiunge il rispetto di requisiti normativi sempre più stringenti (come l'applicazione dei criteri ambientali minimi) a fronte di prezzi contenuti. Il risultato è un crescente gap tra questi ultimi e le effettive richieste da parte degli enti, la vera sfida è dunque rendere sostenibile economicamente queste operazioni per le SRC. Un obiettivo non sempre facile da raggiungere".

Innovazione e risorse

Per contrastare queste difficoltà, Markas ha deciso di puntare su due fronti: innovazione tecnologica e risorse umane. Nel primo ambito l'azienda ha di recente investito nella costruzione di un centro cottura all'avanguardia, specializzato nella cottura sottovuoto; dall'altro lato non ha mai smesso di investire sul proprio personale, elemento chiave per garantire la qualità del servizio. "Siamo orgogliosi che questo impegno sia percepito dai collaboratori stessi", riprende l'Ad., "i quali, grazie alle loro valutazioni anonime circa la soddisfazione



nei nostri confronti, ci hanno permesso di rientrare all'11° posto nella classifica dei 50 migliori datori di lavoro in Italia dell'Istituto Great Place to Work". Sullo sfondo, anche il legislatore ha cercato di dare una svolta alle condizioni di mercato con il nuovo Codice degli Appalti, che inverte le logiche finora in atto premiando sempre di più la qualità. "Siamo quindi fiduciosi che questo possa essere un passo in avanti importante per il settore". Offrendo servizi di ristorazione collettiva in mense scolastiche, ospedali e mense aziendali, Markas promuove importanti iniziative

che mirano a sensibilizzare gli utenti finali, sia adulti che bambini, all'adozione di abitudini sostenibili e a uno stile di vita sano. In particolare, a partire dalla Legge Gadda 166/2016, il caterer ha avviato in molti Comuni una collaborazione con associazioni volontarie e banchi alimentari volta al ritiro del cibo non consumato, da distribuire alle persone bisognose. Molto successo hanno anche i moduli di educazione alimentare rivolti ai bambini, che hanno visto il coinvolgimento di un team di pedagogisti e nutrizionisti esperti. "Investiamo massicciamente in progetti innovativi sviluppati con

la comunità scientifica e finalizzati a promuovere sane abitudini tra bambini e adulti, nonché a contrastare lo stato di malnutrizione dei pazienti nelle strutture socio-sanitarie, al fine di rendere la ristorazione parte integrante della loro terapia", precisa Kasslatte.

Qualità e certificazioni

La qualità è un caposaldo della ristorazione di Markas: "Il nostro impegno per la preparazione dei cibi è costante e va oltre la ricerca di materie prime di qualità. Nelle nostre cucine i pasti vengono infatti realizzati prevalentemente con la tecnica del legume fresco-caldo, che consiste nella preparazione e cottura degli alimenti sul momento per poi essere subito somministrati ai consumatori finali. Scegliamo ingredienti freschi, regionali e tracciabili".

Non è tutto: Markas sta sperimentando con successo l'innovativo metodo di cottura del sottovuoto nel proprio centro di preparazione pasti di Vigasio, in provincia di Verona.

Questa tecnica, utilizzata molto nell'alta ristorazione, garantisce che i nutrienti non si disperdano in cottura e permette di valorizzare il gusto naturale della materia prima.

La sostenibilità

Dal 2005 Markas è certificata ai sensi della norma ISO 14001 e da fine 2017 ha ottenuto, per i suoi servizi, anche la prestigiosa Registrazione Emas, a riprova del continuo impegno profuso per la progettazione ed erogazione di servizi non solo di qualità ma anche sostenibili per l'ambiente. Basti citare le azioni dedicate al convogliamento e alla sensibilizzazione degli utenti, così come alla scelta di materie prime dove abbondano prodotti locali, biologici ed equo-solidali. Anche i collaboratori Markas sono coinvolti in iniziative e percorsi informativi che premiano il comportamento "amico dell'ambiente".

E ancora: "Il nostro servizio è green a tutto tondo e niente viene tralasciato: dall'uso di prodotti per la sanificazione certificati Eco-label e di materiali monouso biodegradabili all'attivazione di azioni per ridurre gli sprechi, alla progettazione di centri cottura a ridotto consumo, come dimostra lo stabilimento di Vigasio, dotato di impianti ad hoc", spiega il nostro interlocutore.

Che, sul versante del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro di recente firmato, valuta positivamente la fine di un confronto, a

I NUMERI DI MARKAS

Fatturato Markas S.r.l. (Italia): **€ 193 milioni**
Fatturato Gruppo Markas: **€ 242 milioni**

Fatturato per divisioni

Clean: **€ 118 mln**
Food: **€ 66 mln**
Logistica: **€ 7 mln**
Altri ricavi: **€ 2 mln**

Fatturato Food per mercato

Scolastico: **€ 22.944.729,61**
Università: **€ 7.136.771,30**
Corto soggiorno: **€ 16.966.058,37**
Lungo soggiorno: **€ 12.103.826,90**
Aziendale: **€ 6.464.026,76**
Totale: **€ 65.615.412,94**

Numero addetti totale

Italia: **6.822**
Austria, Germania e Romania: **2.002**

Numero addetti per divisioni Italia

Clean: **4.394**
Food: **1.932**
Facility: **287**
Struttura: **209**

Centri cottura food: 184

Pasti/anno: Ca. 12.000.000

Clienti

Scolastica: **122**
Sociosanitaria: **56**
Aziendale: **27**
Università: **10**
Totale clienti: **215**



tratti aspro e conflittuale, che permette al settore di dotarsi di uno strumento normativo nuovo, autonomo, moderno e adeguato alla realtà della ristorazione collettiva.

Al di là della parte economica, 100 euro di aumento a regime per un 4° livello, e della durata quadriennale, l'accordo prevede

importanti innovazioni finalizzate a garantire maggiore flessibilità operativa e recupero di produttività. "Si chiude quindi un capitolo e si apre un quadro di stabilità che consentirà a tutti di dedicarsi con rinnovata energia allo sviluppo di un settore così importante", termina la sua disamina Kasslatte.



**IL MIGLIOR PARTNER PER
SVILUPPARE FORMAT DI SUCCESSO.**

LEADER IN ITALIA NEL MERCATO AEROPORTUALE

areas
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it



Eppur **si muove**

Sulla scorta del traffico che torna ad aumentare e in attesa di una nuova tornata di gare, ecco la fotografia del mercato delle aree di sosta autostradali. Dove i principali player fanno ancora i conti con la crisi ma scaldano i motori in vista della rivoluzione dell'ibrido

di Massimo L. Andreis

Il business autostradale in Italia vale circa 1.100 milioni di euro di fatturato (di cui 800 milioni ascrivibili al foodservice e 300 ai prodotti complementari, tabacchi gratta&vinci e ricariche telefoniche), suddivisi in poco più di 400 aree di servizio; il 60% circa di queste si trovano

sulle tratte di **Autostrade per l'Italia S.p.A.**, la parte restante sulle reti di una decina di altri concessionari.

Tutti gli indicatori del traffico parlano di numeri in crescita: nei primi 10 mesi del 2017 il flusso dei veicoli leggeri è aumentato dell'1,9% e quello dei mezzi pe-

santi del 3,9% rispetto allo stesso periodo del 2016. Come rileva Aiscat (Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Traf- fori), è dunque in atto una sostanziale ripresa delle attività di trasporto di merci e persone.

Ulteriore conferma di questo trend è stato evidenziato nel gennaio

del 2018 da Anas, che in quel mese ha rilevato un aumento del 6% del traffico su tutta la rete stradale e autostradale, 26mila km circa, che gestisce. Ancor più evidente l'exploit del traffico pesante, che il primo mese dell'anno è progredito del 9% rispetto al mese precedente e dell'8% rispet-

to a gennaio 2017. Eclatante, infine, il dato della *Brebemi*, l'autostrada aperta nell'estate 2014 per collegare Milano a Brescia con un percorso alternativo a quello dell'A4, che, dopo anni di traffico al di sotto delle aspettative, grazie al completamente delle interconnessioni con *Tem* e *Autostrada Serenissima* nei pressi della città della Leonessa, ha visto a gennaio

da parte di Governo e Regione Lombardia a lavori ultimati poi, di fronte alle difficoltà di rientro dell'investimento con i soli proventi dei pedaggi). Finalmente a "esercizio completo", i 62,1 km dell'autostrada A35 accrescono l'attrattività dei territori che attraversa, come dimostrano gli investimenti confermati di grandi player quali Ama-

LA RISTORAZIONE AUTOSTRADALE IN ITALIA

Giro d'affari globale: 1.100 mln€

Giro d'affari foodservice: 800 mln€

Giro d'affari prodotti complementari: 300 mln€

Numero location: 400

Aumento traffico mezzi leggeri (gen-ott. 17): +1,9%

Aumento traffico mezzi pesanti (gen-ott. 17): +3,9%



un exploit del traffico leggero del 34% rispetto allo stesso mese del 2017 e dell'80% per i mezzi pesanti.

È qui che due dei protagonisti del business autostradale, **Autogrill** e **Chef Express**, hanno aperto il mese scorso le aree di ristoro Adda Sud e Nord, nel territorio del Comune di Caravaggio, mettendo fine alla lunga vacatio di pompe per il rifornimento di carburante e di aree ristoro lungo l'A35, assunta per molti a emblema di un'inutile dispendio di capitali privati e pubblici (con i costi lievitati da 800 a 2.400 milioni di euro e l'intervento dalla Banca europea degli investimenti e dalla Cassa depositi e prestiti per completare l'opera prima, e con lo stanziamento di 360 milioni

zoni, *Esselunga*, *Italtrans* e da ultimo *MD*, che nei prossimi anni porteranno migliaia di posti di lavoro in più e una crescita generale dell'economia di queste aree. E proprio la valorizzazione dei prodotti tipici e locali rappresenta uno degli atout dell'**ACafé**

e del pdv **Chef Express**, appena aperti, unitamente alla presenza di personale assunto prevalentemente in zona.

L'ottimismo vien guidando

"Questa nuova apertura rappre-

senta un esempio concreto del nostro impegno in Italia, anche nei confronti di investimenti infrastrutturali importanti per il Paese" ha affermato **Gianmario Tondato Da Ruos**, l'amministratore delegato del primo operatore nel mondo nei servizi di ristorazione per il cosiddetto *people on the move* in forza di 57mila dipendenti (dei quali 8mila in Italia), 4.200 punti vendita e circa mille location distribuite in 31 Paesi di tutto il mondo. La corazzata dei fratelli Benetton ha registrato nel 2017 ricavi consolidati pari a 4,6 miliardi di euro, con una crescita dell'1,7% (+2,9% a cambi costanti), sostenuta dalla performance delle vendite *like for like*.

Proprio all'Italia sono però ascrivibili le performance meno brillanti di Autogrill, con ricavi attestati a 1,029 miliardi di euro, contro i 1,042 miliardi dell'esercizio 2016



Ogni Giorno, dal 1987

B I O R I S T O R O

I T A L I A



*BioRistoro Italia è una realtà affermata
tra le più accreditate aziende nel mondo
della ristorazione collettiva,
come dimostrano le tante certificazioni
UNI EN ISO che ne riconoscono
la Qualità del servizio.*

BIO
RISTORO
ITALIA

bioristoroitalia.it

(erano 1,057 nel 2015). Se il canale aeroporti va bene (+4,8% nel periodo e +6,6% a cambi costanti), a pesare è soprattutto il meno 1,4% registrato nel comparto autostrade.

Nondimeno, come ha aggiunto il manager durante l'inaugurazione della location sulla Brebemi in direzione Brescia: "Innoveremo ulteriormente la nostra rete, ottimisti sullo sviluppo futuro di questo business", smentendo poi le voci che si rincorrono che vorrebbero le attività italiane della multinazionale di Assago in

Accomunati dall'esser stati aperti in strutture a ponte che garantiscono sia i flussi sia i fatturati necessari a giustificare gli investimenti fatti, e realizzati in collaborazione con l'Università degli studi di Scienze gastronomiche di Pollenzo, queste location dimostrano il desiderio di Autogrill di focalizzare i propri sforzi sui punti ristoro più performanti, puntando su proposte gourmet dedicate ai viaggiatori che non si accontentano ma sono alla ricerca di una pausa gastronomica all'insegna dell'eccellenza e della qualità. Non a

concessione", così invece **Cristian Biasoni**, Ad della costola del **Gruppo Cremonini** che gestisce tutte le attività di ristorazione del colosso emiliano, durante l'inaugurazione dell'area di sosta Chef Express sulla Brebemi, in direzione Milano. La creazione della società nel 1990 segna l'ingresso del Gruppo fondato nel 1963 da **Luigi Cremonini** nel foodservice: in pochi anni è diventata player di riferimento nel mercato delle concessioni, sia a bordo treno (con variegata presenza negli ultimi anni sui locomotori delle Fs italia-

Sullo sfondo, "le ultime gare uscite nel 2016, caratterizzate dal calo delle royalty, che hanno reso il mercato nuovamente attrattivo per gli investitori e per il nostro Gruppo, che ha ottenuto il maggior numero di aggiudicazioni", ha detto ancora Biasoni.

Al termine della girandola di nuove assegnazioni, l'azienda che guida ha visto infatti crescere il proprio giro d'affari del segmento del 20% e ora gestisce circa il 20% delle aree autostradali italiane, tra cui tre dei nove ponti esistenti lungo la Penisola: Feronia e Frascati, a nord e a sud di Roma, e, dall'estate 2017, quello sull'A4 a Novara, nella prima area di sosta in assoluto prima (1947) e a ponte poi (1962) d'Italia.

A fronte di un investimento di 5 milioni di euro per una concessione di 9 anni, questa storica struttura voluta dall'industriale dolciario **Mario Pavesi** è diventata un vero e proprio fiore all'occhiello per Cremonini – simbolo dell'impegno e dei risultati raggiunti in questo canale, cui è riferibile il 27% del fatturato di Chef Express, grazie al contributo di 1.899 addetti – che si avvantaggia dei



procinto di essere cedute (o almeno di trovare un partner). Detto, fatto: l'anno scorso l'azienda - che al termine di una lunga serie di gare che hanno interessato diversi gestori autostradali e numerose location da nord a sud dello Stivale - detiene una quota di oltre il 60% dei punti di servizio in questo ambito della ristorazione in concessione, dopo quello aperto a Fiorenzuola d'Arda, nel piacentino, ha inaugurato il suo secondo **Bistrot** a Cantagallo Ovest sull'A1, nel territorio del comune di Casalecchio di Reno, in provincia di Bologna.

caso, queste iniziative arrivano dopo la partnership sottoscritta nel 2016 con la creatura di **Oscar Farinetti**, che ha visto la nascita nell'area di servizio Secchia Ovest, sull'Autostrada del Sole in prossimità di Modena, del concept **Eataly x Autogrill**.

Il piede sull'acceleratore

"Oggi inauguriamo la nostra 51a area di servizio autostradale in Italia: un traguardo importante, raggiunto in poco più di 10 anni, da quando siamo entrati in questo segmento della ristorazione in

ne, sugli *Eurostar* inglesi e sui *TGV* e *iDTGV* francesi) e nei buffet delle stazioni ferroviarie (dove è il principale operatore italiano grazie alla presenza in 49 scali fra cui 11 Grandi Stazioni), sia autostradali, dopo che nel 2006 Chef Express ha rilevato il 50% della società **Moto S.p.A.**, diventandone il principale azionista e cambiandone l'insegna di tutte le aree di sosta con il proprio marchio, cui sono riferibili oltre 200 locali e più del 50% dei ricavi realizzati dal gruppo di Castelvetro nel 2017, pari a circa 590 milioni di euro.

45mila transiti giornalieri nelle due direttrici di marcia, e si presenta rinnovata sotto tre aspetti: nel layout dell'edificio, ristrutturato secondo i dettami dell'efficientamento energetico e dell'abbattimento dei costi di gestione; nella presenza del market **Chef Store** che esclude il percorso obbligato e punta sul category e sul visual dei prodotti del territorio, scelti in partnership con **Coldiretti**; nella variegata offerta food, composta dal ristorante **Oltre Gusto** (in partnership con lo chef **Roberto Valbuzzi**), dal format gourmet **Burgery di Roadhouse** (al debutto

nel canale con un'offerta calibrata sulle tempistiche del viaggiatore e servizio al tavolo), dai locali healthy **Juicebar** e di pizza al taglio **Pomodoro&Mozzarella** sul piede nord, unitamente al concept store **Lavazza Etigua Coffee Experience** e a un pdv **Gourmè** sul piede sud. Per finire, da segnalare i moderni servizi digitali e di videosorveglianza dei parcheggi. Con 300 posti a sedere, un centinaio di addetti e una previsione di abbattimento dei costi di gestione del 10-20% grazie ai sistemi implementati sulla location, qui Biasoni

ristorazione in concessione della multinazionale francese **Elior**, il che ne fa il terzo operatore globale della ristorazione per chi viaggia, presente in 12 paesi con 2.200 ristoranti e 330 milioni di clienti all'anno.

"Nel 2011 il settore valeva circa il 15-20% in più, poi sono seguiti 5 anni di forte crisi che hanno ridotto drasticamente i volumi sia oil che f&b, volumi che solo da poco più di un anno hanno smesso di diminuire, ma senza recuperare il terreno perso", ci spiega Luigi Refuto, direttore divisione autostrade

proprio interesse. Questo cambiamento è apparso chiaro quando nel 2015 è andato a gara circa il 25% del mercato, quindi un'occasione unica, e dei "vecchi" player sono rimasti agguerriti solo **Auto-grill** e **Chef Express**, mentre **Sarni** si è dedicato solo al settore delle gare oil.

"MyChef - Areas Italia non vuole abbandonare il mercato delle autostrade, dove negli anni abbiamo dimostrato di rappresentare innovazione ed eccellenza nella gestione", conclude il manager, "ma certamente continueremo ad ave-

Sullo sfondo, lato gare, nel 2018 gli operatori torneranno a sfidarsi per le aree di servizio in portfolio alla **Milano Serravalle-Milano Tangenziali S.p.A.**, con location di prima grandezza specie sulle tangenziali est e ovest attorno al capoluogo lombardo. Per il momento tuttavia, né i valori di traffico né quelli di vendita food sono tornati ai livelli pre crisi: dal 2011 il calo di transiti accumulato al casello è di circa il 3%, mentre sul versante f&b il gap sarebbe superiore al 10%. Morale: se da un lato il traffico sta tornando a crescere, i viaggiatori sulle principali arterie stradali del Paese paiono poco propensi a effettuare acquisti nelle aree di servizio. All'orizzonte però, gli operatori della ristorazione vedono profilarsi un'era in cui i tempi di permanenza nelle aree di sosta saranno giocoforza dilatati.

Le notizie che si rincorrono circa l'abbandono, i divieti di circolazione e le politiche di disincentivo all'uso dei mezzi diesel e maggiormente inquinanti in numerosi paesi dell'occidente, unitamente alla crescita del mercato dell'alimentazione ibrida, delineano scenari in cui l'elettrico pare destinato a cono-



si attende fatturati anche superiori a 10 milioni di euro all'anno.

Adelante, con juicio

Viaggiando lungo le autostrade italiane troviamo poi le 20 location a insegna **MyChef**, che rappresentano circa il 5% della quota di mercato e fatturano 60 milioni di euro all'anno, il 35% del giro d'affari della costola italiana del **Gruppo Areas** (il 60% proviene dai pdv negli aeroporti e il 5% da quelli in centri città, fiere e stazioni ferroviarie), sotto il cui cappello sono state accorpate tutte le attività di

Italia dell'azienda. Che aggiunge: *"La crisi è risultata ancor più severa in relazione alla rigidità della struttura dei costi tipica del canale autostradale, vuoi per l'incidenza dei costi fissi (l'apertura 24 ore, gli ingenti investimenti real-estate, etc.), vuoi per gli affitti ai concessionari autostradali, fissi e non variabili, che hanno dunque raggiunto valori di incidenza sulle vendite pari al 35-40%"*.

Difronte a questo scenario, come spiega il nostro interlocutore, alcuni operatori storici come **MyChef-Elior** o **Ristop-Lagardere** hanno significativamente raffreddato il

re un approccio molto prudente, partecipando solo alle gare che hanno un corretto ritorno dell'investimento".

Nel prossimo futuro l'azienda ha pianificato 3-4 importanti interventi di ristrutturazione sia delle strutture che delle formule commerciali, che presenteranno importanti novità nel canale, dove attualmente sono operativi 17 **GranCafè** e 3 **Briciole** per il format bar; 8 **PizzaChef**, 1 **McDonald's** e 2 **PastaChef** per il target fast food; 7 ristoranti **Antica Locanda** e, per finire, nell'ambito dell'offerta retail, 5 **Carrefour** e 15 **MyMarket**.

scendere anni di forte sviluppo. Osservando come alcune aree di servizio si stanno attrezzando con colonnine per ricaricare le batterie delle nuove vetture, il riflesso è scattato immediato nei quartieri generali delle aziende di ristorazione: mentre attendono la recharge, che al di là dei progressi della tecnologia comporterà comunque tempi di attesa maggiori rispetto a quelli di un pieno di benzina o di gasolio, dove volete che ammazzeranno l'attesa automobilisti e conducenti dei più disparati mezzi di trasporto?

Ai posteri l'ardua sentenza.



CIBUS

19° SALONE INTERNAZIONALE
DELL'ALIMENTAZIONE

creative

PARMA. **7** | **10** MAGGIO. 2018

WELCOME TO FOODLAND




FIERE di PARMA


FEDERALIMENTARE
Servizi s.r.l.

www.cibus.it
cibus@fiereparma.it
Follow CIBUS on:    
 **CRÉDIT AGRICOLE
CARIPARMA**
Banca ufficiale delle Fiere di Parma

Sostenibilità ambientale e gestione integrata dei rifiuti

Dalle colline marchigiane, Adriatica Oli ha esteso il suo spettro d'azione a tutto il territorio nazionale per facilitare il lavoro dei grandi player della ristorazione collettiva

Una sbiadita bolla di accompagnamento merci del 1984 è testimone ancora oggi di un lontano passato in cui l'olio usato era raccolto in vecchi barili: questo documento è il primo pezzo di storia di **Adriatica Oli**.

Al tempo **Luigi Tanoni**, padre dell'attuale titolare, getta il primo seme per la nascita dell'azienda che diverrà, ai giorni nostri, leader nel settore della raccolta e del recupero degli Oli Vegetali Esausti a livello nazionale presso il settore *Horeca* e quello *food-industry*.

Nel 1994 la titolarità dell'attività passa al figlio Giorgio, che ha concorso alla crescita aziendale guadagnandosi un portafoglio di 7.000 clienti tra centro e nord Italia, favorito dalla sua spiccata attitudine ad individuare le reali necessità del cliente e grazie all'interplay tra personale tecnico e amministrativo aggiornato e qualificato. Tra il 2005 e il 2006 l'azienda amplia il suo spettro d'azione specializzandosi nella gestione integrata dei rifiuti speciali prodotti dalle aziende di Ristorazione Collettiva, anche con molteplici filiali.

Eleggendo l'azienda marchigiana come partner il committente viene alleggerito da gravose mansioni.

- Adriatica Oli si propone a tali soggetti come referente unico per la gestione in *outsourcing* dei vari rifiuti prodotti durante l'esercizio della loro attività d'impresa.

- Facilitata da una consolidata rete di partners, costruita nel corso

degli anni, l'azienda dispone delle strutture tecnico operative necessarie per la gestione ottimale dei rifiuti su tutto il territorio nazionale.

- Il cliente può avvalersi del supporto dell'azienda per produrre i documenti necessari alla partecipazione degli appalti, nonché di una figura esperta sulla normativa ambientale.

- Tutti i processi relativi ai rifiuti sono tracciati. Grazie a Shiru, la soluzione web based firmata Adriatica Oli, è possibile inoltre monitorare in tempo reale l'intera documentazione ambientale delle varie filiali.

Salta subito all'occhio una serie di vantaggi raggiungibili. Si pensi alla riduzione del rischio ambientale, correlato a quello di sanzioni, nonché, in un'ottica più ampia, alla riduzione dei costi di gestione d'impresa.

Adriatica Oli, nel creare il suo business ha abbracciato il paradigma della *Green Economy* prima ancora che se ne sentisse parlare. Dire che gli scenari ed i problemi sociali cambiano, che sempre maggiore deve essere l'attenzione verso il nostro pianeta è scontato; prendere atto di queste mutazioni, saper adeguare progetti e proposte costruendo il proprio core business attorno a un'ottica verde è invece raro. Responsabilità sociale, trasparenza, piacere di lavorare, "ascoltare piuttosto che dire" sono i valori portanti del credo aziendale Adriatica Oli, come recita la foto in bianco e nero, "...da sempre".



GIORGIO TANONI,
CEO - Adriatica Oli



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoili.com - www.adriaticaoili.com

Ad ognuno il suo... software

Pur con esigenze diverse, la commerciale e la collettiva operano con il supporto strategico di soluzioni informatiche. Facciamo il punto

di A. A.



Quali sono le principali criticità e le relative soluzioni per la gestione della preparazione e distribuzione dei pasti per le grandi collettività (scuole e ospedali)?...

Come si gestisce il magazzino, la produzione, il confezionamento e la distribuzione dei pasti?... Come si prevedono i consumi e ottimizzano gli ordini ai fornitori?... Quali sono oggi le esigenze più sentite da parte di ristoranti e catene di ristoranti sotto il profilo della gestione dei flussi di cassa e quali in termini di gestione degli approvvigionamenti?...

Di questo ed altro ancora abbiamo parlato con alcune fra le più rappresentative aziende che offrono soluzioni software e hardware per la ristorazione moderna sia collettiva sia commerciale.

I desiderata della collettiva



ILARIA BATTAGLIA,
responsabile commerciale
Axios

Axios sviluppa software per la ristorazione collettiva socio sanitaria, scolastica e aziendale. Si basa su un team di analisti, programmatori e consulenti forti di un know-how acquisito in 35 anni di esperienza e offre un software innovativo, moderno e stabile per la ristorazione collettiva che assicura aggiornamenti normativi e garantisce sicurezza dei dati. L'offerta comprende una serie di automazioni delle procedure, interfaccianti con altri gestionali e monitoraggio

dei processi, il tutto cucito su misura in base alle esigenze del cliente. "Il fondamento di ogni nostro progetto nasce dall'ascolto", dice **Ilaria Battaglia**, Responsabile commerciale Axios. "Solo ascoltando e interpretando le esigenze del cliente possiamo guidarlo verso la so-

luzione ideale e conforme alle reali necessità. Le principali criticità che riscontriamo nell'informatizzazione di un centro cottura sono legate all'analisi delle procedure operative che il cliente ha sviluppato fino a quel momento senza l'ausilio di un software specializzato per l'attività di prenotazione e distribuzione. È necessario trovare la soluzione più adatta che consenta al cliente di raggiungere la completa informatizzazione aziendale riducendo al minimo l'impatto sui processi operativi già sedimentati. Proponiamo quindi PRANDIUM,

software che gestisce interamente un centro cottura moderno con modalità di produzione fresco/caldo o refrigerato in grado di servire pasti a diversi utenti (ospedale, casa di riposo, scuola, azienda, ecc.) dalla prenotazione alla distribuzione e rendicontazione. Un software web, flessibile e modulare che semplifica il lavoro, riduce gli sprechi, ottimizza tempi e risorse garantendo la massima automazione.

Il nostro software PRANDIUM garantisce la gestione completa del centro cottura dalla gestione del magazzino delle materie prime, alla produzione e distribuzione fino allo stoccaggio dei prodotti finiti. Lungo tutto il processo il sistema consente la registrazione dei controlli conforme alla normativa HACCP e la gestione della rintracciabilità di filiera dalla materia prima al prodotto finito.

È garantita la generazione automatica degli ordini ai fornitori in base alle previsioni di fabbisogno e alle giacenze di magazzino e la generazione automatica dei documenti di trasporto in base agli effettivi ordini dei clienti. Stiamo lavorando molto nel settore della ristorazione aziendale proponendo un portale per la prenotazione





patibile anche con smartphone e tablet, accattivante dal punto di vista grafico e completo delle informazioni relative ai valori nutrizionali e agli allergeni. Esterno, ma completamente integrato col gestionale del centro cottura, permette la generazione automatica delle stampe di produzione e distribuzione dei pasti. Le ultime esperienze sono relative all'informatizzazione di centri cottura di medie dimensioni che servono pasti ad aziende e scuole".



ROBERTO FILIPPIN,
responsabile commerciale
NOVA

Ospedali cliniche e scuole

Nova srl opera dal 2004 con l'obiettivo di fornire applicazioni informatiche on premises ed in cloud per la gestione della ristorazione collettiva, utilizzando le ultime novità tecnologiche disponibili adattate alle necessità dell'utente, e mirando alla realizzazione di soluzioni tailor made, sviluppate in partnership con il cliente.

"Un esempio particolarmente calzante della nostra attività nell'ambito della ristorazione

socio-sanitaria – sia per complessità che per le soluzioni offerte – è rappresentato dalle applicazioni in cloud adottate presso l'Ospedale di Garbagnate Milanese". Così ci dice **Roberto Filippin** responsabile commerciale dell'azienda.

"Attraverso l'integrazione al sistema informatico di accettazione, dimissione e trasferimento dei pazienti, e al database anagrafico dei dipendenti, siamo in grado di ricevere sia le prenotazioni dei degenti, che quelle relative al personale ospedaliero. Le prenotazioni dei pazienti, ai quali sono associati i rispettivi regimi alimentari, coerentemente a eventuali intolleranze, allergie o terapie in corso, avvengono attraverso dispositivi mobile in uso al personale di reparto. Le prenotazioni del personale ospedaliero avvengono, invece, tramite un sistema di auto-prenotazione predisposto attraverso un'apposita

piattaforma web: i dipendenti, accedendo al sito web dedicato attraverso credenziali personali, possono

scegliere il giorno di prenotazione, l'impianto di consegna del pasto ed il menu preferito. In entrambi gli scenari, le prenotazioni vengono recepite dal sistema E.Meal Hospital e simultaneamente inviate al centro cottura per la preparazione dei pasti. Sotto l'aspetto della gestione logistica il workflow parte dall'integrazione con la piattaforma di magazzino del fornitore, per la generazione di bolle elettroniche, la visualizzazione della situazione di magazzino in tempo reale e per la corretta gestione delle giacenze e dalla shelf life dei prodotti. Infine, nell'ottica di un corretto controllo di gestione, tutti i dati generati dal nostro sistema vengono esportati verso l'aggregatore del nostro cliente. La gestione del servizio di ristorazione scolastica coinvolge, per sua stessa natura, diversi soggetti: dalle società di ri-

del pasto dei dipendenti com-

storazione, alle amministrazioni locali (che spesso richiedono di poter lavorare in sinergia con le società), alle famiglie dei giovani utenti, la cui attenzione al servizio è sempre crescente. Per questa ragione abbiamo ideato il sistema E.Meal School: un software in grado di organizzare, controllare ed informare tutte le parti coinvolte, avendo come obiettivo la gestione anagrafica, dietetica e contabile, la rilevazione delle presenze, il calcolo delle rette e sistemi di pagamento di ultima generazione. La gestione anagrafica riveste un ruolo di primaria importanza. La strutturazione dei nuclei famigliari, l'associazione delle diete, l'iscrizione ai servizi e la creazione delle relative tariffe rappresentano, di fatto, operazioni preliminari fondamentali per una gestione agevole e puntuale del servizio durante l'anno scolastico. Nell'ottica della sostenibilità e della riduzione degli sprechi abbiamo dato particolare rilievo anche alla rilevazione delle presenze effettive a mensa, sviluppando una molteplicità di strumenti che si adattino al meglio alle esigenze dei diversi soggetti. Primo fra tutti questi strumenti è sicuramente la nostra app gratuita per smartphone e tablet servizi mensa.

Le esigenze della commerciale

Gamba Bruno SPA offre soluzioni hardware,

software e servizi di supporto per una gestione efficiente di ristoranti e bar. Oltre alle soluzioni per il singolo ristorante, Gamba Bruno è specializzata nella gestione centralizzata di catene di punti vendita distribuendo la piattaforma modulabile Aloha di NCR ed erogando servizi flessibili e personalizzati in base alle esigenze specifiche per garantire controllo in tempo reale, efficienza, sicurezza e affidabilità di tutti i processi aziendali.

"Tra le esigenze dei ristoratori vi è quella di avere un processo standardizzato per una presa d'ordine rapida e dettagliata (anche da canali diversi), che comunichi e gestisca le diverse aree di produzione (controllando i tempi e i consumi)". Interviene sul tema **Alfredo Fabbri**, direttore generale di Gamba Bruno. È inoltre critica la gestione degli approvigionamenti che devono essere funzionali ad evitare gli sprechi ma anche a non perdere vendite. Ulteriore aspetto rilevante è quello relativo alla gestione dei clienti sia in termini di conoscenza dei comportamenti che di una corretta incentivazione alla fedeltà attraverso esperienze d'acquisto appaganti e promozioni mirate. Tutte funzionalità ampiamente coperte dalla soluzione Aloha di NCR. Una soluzione molto evoluta attualmente installata in Italia con la piattaforma Aloha di NCR consente di avere:

- Punti cassa con presa della comanda guidata per evitare errori e massimizzare l'up-selling ed il cross-selling, oltre ad avere tempi e



ALFREDO FABBRI,
Direttore Generale
Gamba Bruno





ANTONIO GIORDANO,
responsabile commerciale
Mytec

- modi di pagamento estremamente efficienti
- Instradamento dei prodotti ordinati nelle diverse aree di produzione,
- Presa d'ordine con terminali portatili per gestire meglio le code ed incrementare il fatturato nel rush time,
- Aree separate per la consegna dell'ordine con chiamata del cliente attraverso Monitor ad alta visibilità,
- Digital Menu Board che contribuiscono a chiarire e spingere le offerte e spiegare i valori del brand (tramite filmati mostrati nel locale),
- Gestione precisa delle ricette e degli ingredienti per ottimizzare il foodcost (monitorato costantemente),
- Approvvigionamenti basati sulla storia dei consumi del locale specifico ottimizzando stock e tempi di consegna".

Fra le aziende con invidiabile know how nelle soluzioni IT per la

ristorazione commerciale, c'è anche **MY-TEC.COM** che da 25 anni fornisce tecnologia di alto livello ad oltre 2.350 pubblici

esercizi di hospitality quali ristoranti, pizzerie, bar, birrerie, pub, gelaterie, pasticcerie, fast-food, enoteche, bakery.

"Oggi una moderna azienda di ristorazione, non può fare a meno di utilizzare la tecnologia per la gestione della propria attività", dice **Antonio Giordano**, responsabile commerciale MY-TEC.COM. "A partire dalla fase relativa agli acquisti della merce (distinta base compresa), alla gestione del personale e di tutte le voci di spesa (affitti, utenze, ecc.) solo per citare alcune delle voci più importanti della parte back-office. Come poi poter gestire il front-end di sala e cucina senza l'ausilio di un sistema informatico che permetta di offrire alla propria clientela un servizio accurato, veloce e preciso?

Queste secondo noi sono le domande su cui i ristoratori, manager del food professionale, oggi vogliono delle risposte pronte e soddisfacenti. Un case history significativo delle nostre soluzioni è quanto abbiamo realizzato per il ristorante Burger King di Venezia - Rialto.

Per la parte gestionale relativa alle loro attività di ristorazione di catena a gestione diretta e in franchising, abbiamo fornito il sistema di cassa evoluta a touch screen SICOM, oltre al ns. sistema MyKiosk con 4 totem interattivi per le vendite integrati al modulo MyPay per l'interfaccia verso tutti i sistemi di pagamento. Per la parte marketing abbiamo fornito il sistema di gestione web/cloud DigitalMenuBoard che permette, grazie all'utilizzo di 8 monitor

professionali da 49", di creare un palinsesto personalizzato per fascia oraria e servizio che contiene immagini, video, menu e servizi info per la clientela".

Soluzioni tailor made

Serenissima Informatica, che con iSelz, utilizzato dai più grandi player nel settore della ristorazione organizzata, rende possibile controllare tutto del tuo ristorante dalla presa dell'ordine, fino alle analisi del food cost, passando per le statistiche riguardanti la fidelizzazione dei clienti con programmi promozionali, per restituire alla sede i dati di ricavi e costi utili alle analisi di profit management con la business intelligence.

"Quando amministri un'azienda vuoi poter gestire e controllare persone e processi, aumentare l'efficienza, ridurre e monitorare i costi, migliorando la qualità del servizio offerto per vincere la concorrenza". È quanto ci dice **Mauro Polo**, funzionario commerciale ristorazione di Serenissima Informatica.

"Molti operatori della ristorazione organizzata ci chiedono di monitorare la catena del valore sempre più a monte, perché il costo delle materie prime incide per il 27/30% sul venduto e tutti gli altri costi di gestione assottigliano sempre più i profitti: recuperare percentuali anche piccole sui valori in gioco, grazie al controllo dei processi e dei dati, significa aumentare considerevolmente il margine e i ricavi finali. La propensione costante all'innovazione delle nostre soluzioni è rivolta anche nei confronti dei nostri partner, con i quali intendiamo creare rapporti di fiducia che guardano al futuro come nel caso di Lagardère Travel Retail, Camst e IDB srl - Industria Dolciaria Borsari. Ad esempio, con Camst e il suo nuovo format Dal 1945 Gustavo Italiano, Serenissima Informatica lavora da oltre 10 anni, per seguire e anticipare le evoluzioni della ristorazione commerciale.

Oggi offriamo soluzioni software gestionali e servizi dedicati alla ristorazione organizzata per la gestione centralizzata dei dati di punti vendita, che risponde alla necessità di informatizzare ristoranti e shop in tempi brevi, formare il personale velocemente e sostituire i sistemi esistenti o integrarsi con essi. Novità del 2018 proposta da Serenissima Informatica e in fase di integrazione all'interno dei punti vendita è l'utilizzo di sistemi di pagamento alternativi con smartphone che velocizzano le operazioni in cassa con un vantaggio tangibile sia per il cliente che per l'esercente. L'obiettivo è quello di offrire ai clienti soluzioni sempre più semplificate e smart che creino beneficio in tutti i processi aziendali, da monte a valle della catena del valore, compresi quelli di punto vendita".



MAURO POLO,
Funzionario Commerciale
Ristorazione



mytec.com
GLOBAL SOLUTIONS FOR HOSPITALITY

MytecOne

sistemi evoluti di cassa

MyDigitalMenuBoard

web app, menu e media su monitor

MyKiosk

vendita e pagamento automatico

MyCash

incasso contanti, resto in 8 secondi

MyBusiness

costi, ricavi, margine immediato

Soluzioni complete per
punti vendita singoli,
catene dirette e
in franchising



info@mytec.com - t. +39 0399466362



Retail e Food sempre più a braccetto

Nel 2017 la sinergia fra retail e food si è sviluppata in tutti i paesi europei. E anche i distributori hanno deciso di creare le loro insegne di ristorazione. Perché l'unione fa la forza

di Georges Garcin

Da alcuni anni i due mestieri che garantiscono all'uomo l'alimentazione quotidiana in casa e fuoricasa, hanno iniziato a coniugare le loro strategie nel modo più efficace e profittevole possibile.

L'incontro fra GDO e foodservice è cominciato con l'ingres-

so dei ristoranti nelle gallerie e nei centri commerciali. Fu un successo che dava la prova della complementarità miracolosa delle due attività e che ha generato una crescita continua dello spazio dedicato al food nei grossi shopping center, da un iniziale 5% all'attuale

10-15%. Fu un'innovazione evidente che non ha però generato un nuovo segmento del foodservice ma ha preso in prestito formule che attingevano da concetti di snacking o di take away poiché il know how della cucina e del servizio al tavolo è molto più complesso

rispetto a quello della distribuzione di prodotti. Quello a cui si assiste oggi è, però, lo sviluppo di una nuova generazione di supermercati destinati a compensare un certo calo delle vendite degli ipermercati generato da formule d'acquisto via internet. Questa ten-

denza sta generando formule basate su una sinergia vincente tra l'offerta d'acquisto di prodotti locali di prima qualità e un servizio basato su una mano d'opera più formata, fedele e disponibile.

Un'idea seducente ma tanti ostacoli

Alle prese con una clientela stanca dei soliti concept e distratta dalla concorrenza, la GDO francese sta cercando di rifarsi il trucco. **Carrefour** sta preparando un piano di risparmio "anti Amazon" che prevede in particolare una soppressione massiccia di posti di lavoro. Tuttavia bisogna compensare l'attività perduta. Il foodservice?.. Perché no? Certo la realizzazione di un nuovo segmento d'insegne di foodservice sviluppato dai gruppi di retail, vicino ma separato dal proprio core business, non è un obiettivo facile



da raggiungere. Il successo di un concetto di ristorazione dipende da condizioni particolari come la soddisfazione quotidiana dei clienti, l'organizzazione degli orari di lavoro, la formazione del personale. Queste condizioni rappresen-

tano una serie di difficoltà a volte difficili da superare. Ma quel che è certo è che i retailer hanno capito che il foodservice è diventato la migliore locomotiva per trainare e rilanciare il loro segmento di mercato, la cui saturazione, dopo

tanti anni di gloria e l'incidenza di una concorrenza esagerata, sta richiedendo un apporto decisivo in termini di innovazione.

Un nuovo progetto in Francia



La Francia ha un ruolo da protagonista nella nascita della neo distribuzione alimentare moderna. E quindi ovvio che, nella ricerca di questa nuova locomotiva, le sue principali catene diventate internazionali si presentino in prima linea nella fase di sperimentazione dei primi concetti. Un esempio caratteristico è quello della catena dei supermercati **Franprix**. Con lo scopo di rinvigorire la propria attività, la società ha deciso di andare avanti su due fronti nei centri città: quello del retail con la nuova insegna **Mandarine**, destinata a sostituire l'attuale, la cui offerta è 70% bio, e quello del

food, con la nuova insegna **Franprix Noé**. Un punto vendita che, in un locale di 300mq, propone enoteca, coffee shop, piatti pronti, cucina vegan, sushi e cocktail. Nel segmento della grande distribuzione sono in corso iniziative simili. Certo non è la prima volta che il tema del food è all'ordine del giorno fra gli stati generali dei grandi gruppi alimentari. Ma l'approccio era diverso poiché si basava sull'esempio degli ipermercati di periferia in grado di generare flussi di clienti considerevoli lontano dai centri delle città. Allora perché non duplicare il sistema nel settore del food, creando delle catene di ristorazione self service come le **Cafeteria Casino** e i **Flunch** del gruppo **Auchan** per esempio? Ma il centro città ha logiche immobiliari e finanziarie diverse dalle aree commerciali periferiche. E occorre tener conto dei tempi che cambiano e della recente crisi economica. Oggi i consumatori hanno imposto un altro modo di vita che non esprime i stessi bisogni che quelli del tempo dell'opulenza. Il "piccolo" sta tornando di moda. L'ipermercato è in crisi: si torna al supermercato. Purché si possa mangiare e bere. E, accanto a suoi **Express** e **Market** del retail, **Del food** sta provando il suo format **App!** Si tratta di concetto che sta terminando la sua prova a Parigi e nelle regioni limitrofe con una proposta sorprendente per un locale di 50 mq. Ovvero 700 prodotti e un'offerta food che comprende enoteca, bevande, café, piatti caldi e freddi, e tanto



altro ancora. In somma il paradiso dei millenials a caccia di risparmio, di tempo e denaro. Se la convenienza qualitativa e quantitativa del nuovo piccolo "mostro" si confermerà, è lecito aspettarsi un ingresso in grande stile anche di una serie di concorrenti.

Intesa fra retail e food in Europa del nord

In UK, l'assenza del fenomeno ipermercato, determinante in Francia, ha permesso di evitare i problemi della ristrutturazione dei mercati retail and food. Seguendo il modello americano dello snacking in the move, i clienti possono da molto tempo soddisfare la loro fame nei corner dei supermercati dedicati al consumo. Come lo dimostrano i leader del mercato retail **Tesco** e **Marks & Spencer** che da' da mangiare in 900 dei suoi punti di vendita in gestione diretta. Una strategia che permette un miglio-

ramento importante della frequentazione e genera redditività, al punto da attrarre l'attenzione da parte di altri gruppi come **Aldi**, **Waaitrose** o **Sainsbury**. In Germania, la rivista *Food Service Europe* ha esplorato recentemente l'evoluzione dell'accoppiata retail e food. Ciò che si è evinto è che i due leader della distribuzione **Edeka** e **Rewe** sono particolarmente attivi nel settore del food service, con una rete di ristoranti **SparExpress Edeka** sul canale travel ed una rete di 200 **Rewe TO to GO** nelle città e nelle stazioni di servizio.

Un'accoppiata collaudata nell'Europa del Sud

In Spagna la grande distribuzione fu importata dalla Francia una cinquantina di anni fa con il concetto del centro commerciale la cui locomotiva era l'ipermercato. Per questo l'intesa fra retail e food è iniziata

come in Francia nelle gallerie commerciali di **Alcampo Auchan**, **Continente** e **Carrefour**. Poi ha proseguito nei ristoranti self service della periferia come i **Flunch** che non hanno dato risultati soddisfacenti. Poi nei supermercati **Continente** con le insegne **Gofy**, **Nostrus** e **Tio Tapas**. Dopo la fusione fra Carrefour e Continente e la cessione di queste reti al gruppo **Zena**, Carrefour ha concentrato la sua attività food nel segmento caffetteria e pizzeria. Ma l'esempio più convincente del matrimonio retail & food spagnolo, è quello di **El Corte Inglese** che gestisce un centinaio di store nei centri città. La divisione ristorazione dell'operatore conta 100 pdv fra caffetterie e corner caffè, 45 ristoranti e food court gourmet. Ed in questo universo non si ferma la ricerca di concetti innovativi sperimentati nelle food court, con diverse insegne **Simply Fresh** o **La Plaza**.

Pulizia Sanificazione



Ristorazione



Facility Management



Certificazione EcoSystem.
Soluzioni sostenibili
per la gestione
delle attività quotidiane

Sanità Pubblica e Privata
Business & Industry
Pubblica Amministrazione
Forze Armate
Scuole e Università
Residenze per anziani



www.dussmann.it

A proposito di **Food Information**

Decreto legislativo n. 231/2017: si inaspriscono le pene ma calano le sanzioni amministrative

a cura di *Avv. Daniele Pisanello, LEX ALIMENTARIA Studio legale associato*



Atteso da oltre tre anni, l'8 febbraio 2018 è stato pubblicato il decreto legislativo n. 231 del 15 dicembre 2017, recante la disciplina sanzionatoria per le violazioni al regolamento generale in tema di food information (Reg. (UE) n. 1169/2011) e una versione aggiornata delle regole nazionali nelle materie non armonizzate, sostanzialmente relative agli alimenti non preimballati, agli alimenti somministrati dalle collettività (ristorazione collettiva), la gastronomia e take-away della GDO, i semi-trasformati.

Il decreto entrerà in vigore il 9 maggio 2018, con una clausola di smaltimento scorte aperta (senza un termine finale).

Rispetto al precedente decreto legislativo 109/1992, il nuovo evidenzia un **tendenziale inasprimento formale delle pene edittali** accompagnato, però, da meccanismi compensativi e premiali che si risolvono,

a ben guardare, in una generale riduzione del carico afflittivo. In primo luogo, a tutte le violazioni disciplinate dal decreto sarà applicabile un **abbattimento del 30% della sanzione amministrativa**, già determinata in misura ridotta (ai sensi dell'articolo 16 della l. n. 689/1981) ove il pagamento sia effettuato entro cinque giorni dalla contestazione o dalla notificazione. Così, ad esempio, nel caso di etichettatura ritenuta ingannevole, col vecchio decreto, il pagamento in misura ridotta consisteva in euro 6.000, stessa somma con il nuovo decreto che, però, consente oggi l'ulteriore riduzione a euro 4.800 (-30%) se pagati entro 5 giorni e quindi senza ricorrere o presentare scritti difensivi. Altre volte il vantaggio può essere meno rilevante o assente: è il caso della mancata indicazione del TMC, ipotesi sanzionabile in base al vecchio decreto con la somma di euro 1.200 (doppio del

Pene e sanzioni

PENA	MINIMO	MASSIMO	VIOLAZIONI
Grave	5.000	40.000	- Mancata indicazione allergeni in etichetta (salvo ritiro tempestivo) - Vendita di alimenti con data di scadenza superata - Omessa indicazione degli allergeni sui distributori automatici
Alta	3.000	24.000	- Etichetta ingannevole, non leale, o con informazioni volontarie ambigue, confuse o infondate - Mancanza di informazioni obbligatorie - Sostituzione del produttore reale all'operatore del settore alimentare responsabile delle informazioni - Mancata indicazione degli allergeni in sede di ristorazione - Omessa indicazione del lotto
Media	2.000	16.000	Violazioni in tema di: - elenco degli ingredienti (inclusi nanomateriali), - indicazione della data di scadenza e di congelamento - paese di origine e luogo di provenienza - dichiarazione nutrizionale
Bassa	1.000	8.000	- Mancata comunicazione di informazioni tra operatori Business - Violazione dei requisiti in tema di: - denominazione di vendita - requisiti in tema di termine minimo di conservazione - indicazione del lotto - in tema di distributori automatici - in tema di informazioni in ambito di ristorazione collettiva
Lieve	500	4.000	Violazioni relative a - informazioni nelle transazioni B2B - titolo alcolimetrico Errori o omissioni formali relativi a indicazione - della denominazione di vendita - elenco degli ingredienti - informazioni in ambito di ristorazione collettiva

minimo), e ora, col decreto n. 231/2017, con € 2.000, riducibili a 1.400 se il pagamento è effettuato entro 5 giorni.

In secondo luogo, si deve accennare alla applicazione a queste violazioni del meccanismo della **diffida**, già previsto dal decreto Campolibero (decreto-legge n. 91/2014) per le violazioni "agroalimentari", oggetto oscuro rimasto invischiato nelle diatribe interpretative tra MIPAAF e il Ministero della Salute. Ciò che qui conta è che, per le violazioni regolate dal d.lgs. n. 231/2017, l'Ispettorato Repressioni Frodi ove accerti "per la prima volta l'esistenza di violazioni sanabili", dovrà prima adottare delle prescrizioni di correzione e diffidare l'interessato ad adempiervi entro il termine (inderogabile) di venti giorni; solo in caso di mancata ottemperanza da parte dell'operatore diffidato quest'ultimo potrà essere passibile della irrogazione della pena pecuniaria determinata dall'autorità competenza e senza il beneficio del pagamento in misura ridotta.

Nuove disposizioni volte a favorire il ravvedimento operoso: ad esempio **l'avvio tempestivo di procedure di ritiro** può valere a elidere l'applicazione della sanzione amministrativa da 5.000 a 40.000 euro per la mancata indicazione di un allergene in etichetta. Si contenga però l'entusiasmo; invero, in base alla clausola di cedevolezza

penale se il fatto è previsto come reato, la regola premiale non si applica e, ben si sa come, a legislazione penale invariata (e salvo non imminenti sviluppi del progetto Caselli in materia di reati alimentari), nel caso di allergeni non dichiarati la contestazione penale ex lege n. 283/1962 se non anche un delitto sanitario del codice penale è tecnicamente configurabile. Nello spirito della legge finalizzata all'eliminazione degli sprechi alimentari, Il decreto all'art. 3, comma 4 - prevede che "gli alimenti che presentano irregolarità di etichettatura che non siano riconducibili alle informazioni relative alla data di scadenza o alle sostanze o prodotti che provocano allergie e intolleranze, possono essere ceduti ai soggetti donatori"; la cessione disciplinata dal legislatore è a titolo gratuito.

Il decreto nazionale fornisce un tentativo di definizione dei rapporti tra il produttore apparente (pensiamo al private label) e il produttore reale, stabilendo che la sostituzione del nome e indirizzo del produttore in luogo dell'operatore nel cui nome/marchio il prodotto è commercializzato è sanzionabile con pena da 3.000 a 24.000 euro. Alla luce di questa prima valutazione è evidente che questo decreto si segnala più che per le singole sanzioni per l'impatto generale e di sistema.

LA BORSA DEI BIOLOGICI

di Roberto Giannone

Un aiuto concreto per le pubbliche amministrazioni e le aziende che, con l'introduzione obbligatoria dei prodotti biologici nei menu delle mense scolastiche e degli ospedali, ne devono stimare e prevedere i costi

L'andamento dei prezzi che si registra a inizio della primavera, presenta una situazione alquanto fluida tra ribassi e aumenti, i quali nella maggior parte dei casi sono di lieve entità. I prodotti più soggetti alle oscillazioni di prezzo, specialmente in questa stagione, sono gli ortofrutticoli freschi. Tra i prodotti orticoli che subiscono un leggero aumento di prezzo troviamo il basilico, la bietola da costa, le carote alla rinfusa, l'indivia scarola e il gruppo delle lattughe. In aumento anche il prezzo delle melanzane, del radicchio tipo Chioggia e degli spinaci. Tra questi i prodotti che subiscono gli aumenti più significativi sono le lattughe nelle varietà Cappuccia, Gentile e Romana. Tra i prodotti orticoli che invece subiscono una diminuzione di prezzo vi sono i carciofi, il cavolfiore, le cime di rapa, i finocchi e i peperoni nei diversi colori. In diminuzione anche i prezzi del gruppo dei pomodori, il sedano verde le zucchine e la zucca gialla nelle diverse

varietà. Tra i prodotti frutticoli si riscontrano aumenti di prezzo per le banane, comprese le equosolidali, le arance nelle varietà Navel e Tarocco, le clementine, le mele nelle varietà Golden e Royal Gala ed infine le pere Conference.

Tra i prodotti che registrano le diminuzioni di prezzo più importanti troviamo i carciofi, il cavolfiore, i fagiolini alla rinfusa e i pomodori nelle varietà Cherry e insalatato. Nelle altre categorie merceologiche lievi aumenti si segnalano per le carni rosse e per le bianche. In particolare risulta in aumento il girello di bovino adulto, la fesa di tacchina, il petto di pollo intero e le cosce, mentre risultano in diminuzione i fusi. Per quanto riguarda le percentuali di scostamento tra i prodotti bio e i prodotti convenzionali, si registra un andamento equilibrato tra percentuali in aumento e percentuali in diminuzione in linea con il normale andamento di mercato.



METODO DI RILEVAZIONE

I prezzi medi dei prodotti biologici (iva esclusa) che vengono riportati, rilevati da Ristorando, sono il risultato dell'elaborazione di una serie di dati raccolti presso diverse fonti, quali i ribassi praticati dalle ditte nelle gare di appalto, i prezzi di acquisto forniti da aziende di ristorazione, i valori indicati nelle colonne prevalenti dei mercuriali di quei pochi mercati ortofrutticoli che li forniscono, i prezzi indicati dalle aziende produttrici o di trasformazione e altre fonti che consultiamo di volta in volta.

Dall'elaborazione di tutti questi dati viene ricavato un prezzo medio per ciascun prodotto che a sua volta viene confrontato con il prezzo medio del corrispondente prodotto convenzionale riportato dalle fonti ufficiali, ovvero dai mercuriali dei maggiori mercati ortofrutticoli italiani, dai listini di alcune camere di commercio e dalle percentuali di sconto praticate dalle ditte nelle gare di appalto per la gestione dei servizi di ristorazione, ed infine dalla media dei prezzi Consip e dalla media dei prezzi riportati dall'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Dal confronto dei prezzi così ottenuti, viene ricavata la percentuale di scostamento tra le due tipologie di prodotti. I prezzi riportati non hanno un valore assoluto ma sono indicativi della tendenza del mercato nel settore della ristorazione collettiva.

Al fine di rendere più immediatamente leggibile la tabella viene fornita la seguente legenda:

Prov. = provenienza

N = nazionale

I = Italia

E = Estero

Conf. = Tipo di confezione

u/m = unità di misura

p.m. = prezzo medio dei prodotti bio al kg o al litro

% = variazioni in più o in meno dei prodotti biologici rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali

n.r. Non rilevato per non reperibilità del prodotto convenzionale corrispondente

ORTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Aglio bianco secco	E	In sacchi	kg	4,40	34,92
Asparagi verdi	N	In mazzi	kg	4,20	40,00
Basilico	N	In mazzi	kg	5,47	64,00
Bietola a costa	N	In casse	kg	1,27	50,30
Carciofi	N	In casse	pz	0,35	35,09
Carote alla rinfusa	N	In casse	kg	1,22	59,57
Cavolfiore	N	In casse	kg	1,28	56,65
Cavolo broccolo	N	In casse	kg	1,17	38,81
Cavolo cappuccio bianco	N	In casse	kg	1,01	47,43
Cavolo verza	N	In casse	kg	0,85	18,18
Cicoria catalogna	N	In casse	kg	1,14	44,20
Cime di rapa	N	In casse	kg	0,96	36,50
Cipolle bianche	N	In casse	kg	0,91	60,00
Cipolle dorate	N	In casse	kg	0,90	61,70
Cipolle rosse tonde	E	In casse	kg	0,98	56,53
Cipollotti	N	In casse	kg	0,90	45,95
Erbette e odori	N	In casse	kg	1,86	15,10
Fagiolini alla rinfusa	N	In casse	kg	2,37	29,09
Finocchi	N	In casse	kg	1,37	24,66
Indivia Scarola	N	In casse	kg	1,65	52,54
Lattuga Canasta	N	In casse	kg	1,88	60,80
Lattuga Cappuccia	N	In casse	kg	2,00	70,66
Lattuga Gentile	N	In casse	kg	2,00	65,68
Lattuga Romana	N	In casse	kg	1,90	67,41
Lattuga Trocadero	N	In casse	kg	1,77	35,90
Melanzane	N	In casse	kg	1,68	48,53
Patate novelle	N	In casse	kg	0,98	57,33
Patate pasta bianca	N	In casse	kg	0,84	18,35
Patate pasta gialla	N	In casse	kg	1,06	43,86
Peperoni	N	In casse	kg	2,25	35,14
Pomodori cherry	N	In casse	kg	2,80	37,48
Pomodoro grappolo	N	In casse	kg	1,90	29,58
Pomodoro insalatato	N	In mazzi	kg	2,10	34,40
Pomodori datterino	N	In casse	kg	2,40	55,20
Porri	N	In casse	kg	1,59	36,43
Prezzemolo	N	In casse	kg	6,80	38,25
Radicchio pan di zucchero	N	In mazzi	kg	1,44	36,50
Radicchio tipo Chioggia	N	In mazzi	kg	2,03	32,18
Rucola a mazzi	N	In casse	kg	2,83	28,21
Sedano verde	N	In casse	kg	1,47	62,06
Spinaci	N	In casse	kg	1,27	43,00
Zucca gialla	N	In casse	kg	1,26	45,93
Zucchine medie	E	In casse	kg	1,94	41,58

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Ananas	E	In cartoni	kg	1,85	52,05
Arance Navel	N	In casse	kg	1,46	14,06
Arance Tarocco	N	In casse	kg	1,13	18,26
Banane	E	In cartoni	kg	1,82	62,49
Banane "equosolidali"	E	In cartoni	kg	2,11	n.r.
Clementine	N	In casse	kg	1,04	29,40

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Limoni primo fiore	N	In casse	kg	1,23	25,81
Mele Golden 70/80	N	In casse	kg	1,64	54,55
Mele Stark Delicious	N	In casse	kg	1,60	44,14
Mele Royal Gala	N	In casse	kg	1,72	53,82
Noci in guscio	N	In sacchi	kg	5,38	35,05
Pere Abate	E	In casse	kg	1,64	22,53
Pere Conference	N	In casse	kg	1,93	42,96
Pere Kaiser	E	In casse	kg	1,40	21,84
Kiwi	E	In casse	kg	1,92	37,72
Pompelmi	E	In casse monostrato	kg	1,39	28,31
Susine diverse varietà	N	In casse monostrato	kg	2,05	65,32
Uva bianca da tavola	E	In casse monostrato	kg	2,20	11,86
Uva nera da tavola	E	In casse monostrato	kg	2,33	26,82

ORTAGGI SURGELATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Carote disco	N	Sacchetto	kg	1,49	64,18
Carote cubetti	N	Sacchetto	kg	1,55	66,48
Fagiolini	N	Sacchetto	kg	1,59	40,46
Minestrone 12 verdure	N	Sacchetto	kg	1,56	38,54
Spinaci	N	Sacchetto	kg	1,50	45,44
Patate cubetti	N	Sacchetto	kg	1,42	38,21
Piselli fini	N	Sacchetto	kg	1,65	23,07
Zucchine disco	N	Sacchetto	kg	1,54	36,88

LATTICINI E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Burro	N	Carta	kg	4,20	10,47
Crescenza Dop	N	Sottovuoto	kg	6,57	38,11
Latte UHT intero	N	Tetrabrick	l	0,88	26,81
Latte UHT parz. scremato	N	Tetrabrick	l	0,87	61,13
Latte UHT scremato	N	Tetrabrick	l	0,89	59,29
Latte intero	N	Tetrabrick	l	1,43	57,28
Mozzarella	N	Sacchetto	kg	6,94	44,64
Parmigiano Reggiano	N	Sottovuoto	kg	11,45	27,22
Taleggio	N	Sottovuoto	kg	6,10	36,39
Ricotta vaccina	N	Vaschetta 1,5Kg	kg	4,81	36,39
Yogurt magro/intero	N	Vasetto (125 gx8)	kg	4,77	13,49
Yogurt frutta	N	Vasetto (125 gx8)	kg	4,97	10,64

UOVA E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Uova cat.A	N	Cartone	pz	0,15	34,50
Misto uovo pastorizzato	N	Tetrabrick	kg	3,27	52,71

CARNI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Scamone bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,41	33,77
Polpa bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,59	35,89
Polpa 4 tagli	N	Sottovuoto	kg	8,32	28,74
Girello bovino adulto	E	Sottovuoto	kg	10,78	58,23
Fesa bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,46	45,39
Noce bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	10,69	56,51
Sottofesa bovino adulto	E	Sottovuoto	kg	8,41	31,39
Fesa di tacchina intera	E	Sottovuoto	kg	9,11	65,52
Coscia di tacchina	E	Sottovuoto	kg	5,72	58,09
Lonza suino	N	Sottovuoto	kg	7,58	51,38
Braciola suino	N	Sottovuoto	kg	7,31	57,98
Spalla suino dissossata	N	Sottovuoto	kg	7,06	50,00
Petto pollo intero	E	Sottovuoto	kg	8,82	58,66
Cosce di pollo	E	Sottovuoto	kg	5,88	56,22
Fusi di pollo	E	Sottovuoto	kg	5,04	45,41
Sovra cosce di pollo	E	Sottovuoto	kg	6,21	48,50

PASTA E PANE

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Spaghetti grano duro	N	Cartone	kg	1,16	41,46
Pastina per brodo	N	Cartone	Kg	1,74	58,19
Pasta all'uovo	N	Cartone	kg	1,68	35,26
Pennette grano duro	N	Cartone	kg	1,15	28,00
Fusilli grano duro	N	Cartone	kg	1,08	23,90
Farfalle grano duro	N	Cartone	kg	1,11	18,61
Tagliatelle di mais	N	Cartone	Kg	2,33	60,41
Pasta di Kamut	N	Cartone	kg	2,05	n.r.
Pane di farro	N	Sfuso	kg	3,28	19,82
Pane segale	N	Monoconf. sigill.	kg	4,07	16,20
Pane segale e lino	N	Monoconf. sigill.	kg	5,40	74,11
Pane di amaranto	N	Monoconf. sigill.	kg	11,82	n.r.
Pane comune	N	Sfuso	kg	1,80	24,29
Farina bianca "0"	N	Carta	kg	0,99	26,90
Farina polenta	N	Carta	kg	1,34	35,01
Farina mais bramato	N	Carta	kg	0,90	8,91
Gnocchi di patate	N	Monoconf. sigill.	kg	2,71	27,00

CONDIMENTI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Olio extra vergine di oliva	N	Vetro	l	5,13	32,32
Olio semi di girasole	N	Banda stagnata	l	2,82	96,18
Aceto di vino	N	Vetro	l	1,75	45,11
Aceto di mele	N	Vetro	l	1,98	36,88
Pesto alla genovese	N	Vetro	kg	14,60	73,29
Zuccherio di canna	I	Cartone	kg	3,27	30,08

SALUMI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Prosciutto cotto	N	Sottovuoto	kg	11,29	27,43
Prosciutto crudo senza osso	N	Sottovuoto	kg	14,38	28,03
Salame tipo felino	N	Sottovuoto	kg	9,71	21,72

CONSERVE, CONFETTURE, SUCCHI DI FRUTTA, BEVANDE

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Pomodori pelati kg.5	N	Banda stagnata	Kg	0,95	62,66
Passata di pomodoro	N	Vetro	kg	0,97	49,61
Composta di albicocche	N	Vetro	kg	6,74	50,79
Composta di pesche	N	Vetro	kg	6,30	43,06
Composta di fragole	N	Vetro	kg	7,80	61,53
Marmellata di arance	N	Vetro	kg	6,57	44,87
Miele di acacia	N	Vetro	kg	7,26	68,44
Succo di albicocca	N	Tetrabrick	l	2,06	30,71
Succo di pera	N	Tetrabrick	l	1,90	18,94
Succo di pesca	N	Tetrabrick	l	1,90	19,05
Succo di pompelmo	E	Tetrabrick	l	2,20	31,81
The	E	Buste monodose	kg	41,00	374,67
Latte di riso	E	Tetrabrick	l	1,47	46,67
Latte di avena	E	Tetrabrick	l	1,45	55,36
Latte di soia	E	Tetrabrick	l	1,46	54,36

PRODOTTI DA FORNO

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Fagottino di albicocca	N	Monoc. imballate	kg	9,45	56,80
Fagottino uvetta e mela	N	Monoc. imballate	kg	10,04	84,98
Fagottino ai frutti di bosco	N	Monoc. imballate	kg	12,79	85,96
Frollini vaniglia	E	Monoc. imballate	kg	9,56	52,35
Frollini cioccolato	N	Monoc. imballate	Kg	10,56	68,29
Fette biscottate di farro	N	Carta	kg	3,16	34,15
Fette biscottate integrali	N	Carta	kg	3,66	64,79
Gallette di riso	N	Carta	kg	11,34	81,14

LEGUMI E CEREALI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Ceci	E	In sacchi	kg	1,58	25,24
Farro decorticato	N	In sacchi	kg	2,67	22,36
Lenticchie	N	In sacchi	kg	1,74	63,38
Fagioli Borlotti secchi	N	In sacchi	kg	1,94	35,56
Piselli secchi spezzati	N	In sacchi	kg	1,37	23,25
Orzo perlato	N	In sacchi	kg	1,71	61,32
Riso parboiled	N	In sacchi	kg	1,76	59,55
Riso arborio	N	In sacchi	kg	1,60	36,76

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2018**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
 - Ristorazione on board
 - Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
- Foodservice equipment
- Appuntamenti fieristici

**non perdere l'occasione,
prenota la tua pubblicità!**



per info:

Edifis SpA - Tel. 02 3451230 int. 226

pubblicita@edifis.it

WWW.
ristorando

.edu



Seguici online!

La borsa delle Imprese

La Borsa delle Imprese della **Ristorazione Moderna**



I contratti del mese in Italia

Pag. 70

La borsa delle imprese - monitor commerciale

Buona **la prima**

Aprile 2018



Parte bene la prima rilevazione della nuova annata del nostro monitor. Questa volta i contratti segnalati al 28 febbraio sono 49.

In pole position ancora una volta la scolastica con 29 accordi sottoscritti, tutti nel campo degli istituti pubblici.

Segue il segmento della commerciale, con rispettivamente 6 e 4 aperture in esercizi urbani e centri commerciali da un lato e siti in concessione dall'altro.

Sono 7 invece i contratti alla voce sociosanitaria. Chiude il comparto dei buoni pasto con 2.

(Nella prima rilevazione abbiamo censito 49 contratti e 37 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto: viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



CASE DI CURA, CLINICHE, OSPEDALI

EURORISTORAZIONE 1 CONTRATTO

✓ Regione Veneto ASL (RTI)

FABBRO 1 CONTRATTO

✓ Presidii Ospedalieri di Pinerolo e Rivoli ASL T03

MARKAS 1 CONTRATTO

✓ Asur Marche

MULTISERVICE 1 CONTRATTO

✓ Ospedali di Venosa e Melfi (PZ)

SERENISSIMA RISTORAZIONE 1 CONTRATTO

✓ Regione veneto ASL (RTI)

CASE DI RIPOSO, CASE PROTETTE, SERVIZI ASSISTENZIALI

CIRFOOD 1 CONTRATTO

✓ Comunità Val di Non (TN)

✓ 2 contratti precedenti

VEGEZIO 1 CONTRATTO

✓ Centro Polifunzionale San Francesco a Marechiaro (NA)

MENSE AZIENDALI

CIMAS 1 CONTRATTO

✓ Conis Servizi, centro preparazione Olimpica Roma

SCUOLE PUBBLICHE

ACCADEMIA NODIVA 1 CONTRATTO

✓ Comune di Saviano (NA)

CAPITAL 2 CONTRATTI

✓ CUC di Casoria, Afragola e Arzano (NA) RTI

✓ Comune di Frattaminore (NA)

CAMST 4 CONTRATTI

✓ Comune di Orbassano (TO)

✓ Comune di Grosseto (RTI)

✓ Comune di Castello Godego (TS)

✓ Comune di Istrana (TS)

DUSSMANN 1 CONTRATTO

✓ Comune di Induno Olona (VA)

ELIOR 2 CONTRATTI

✓ Comuni di Rivergaro (PC)

✓ Comune di San Giorgio Piacentino (PC)

EURORISTORAZIONE 1 CONTRATTO

✓ Comune di Bresso (MI)

FELSINEA RISTORAZIONE 1 CONTRATTO

✓ Comune di Spresiano (TS)

GEMEAZ-ELIOR 2 CONTRATTI

✓ Comune di Arcade (TS)

✓ Comune di Caerano San Marco (TS)

GEMOS 1 CONTRATTO

✓ Comune di Panicle (PG)

GLOBAL SERVICE 1 CONTRATTO

✓ Comune di Procida (NA)

LA PESCHIERA SOC. COOP. 1 CONTRATTO

✓ Comune di Grosseto (RTI)

NOI SOC. COOP. 1 CONTRATTO

✓ Comune di Siano (SA)

PROCLEAN 1 CONTRATTO

✓ Comune di Venafrò (IS)



RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI 1 CONTRATTO

✓ Comuni di Putignano (TA)

RISTONET 1 CONTRATTO

✓ Comuni di Striano, San Gennaro Vesuviano (NA)

SCAMAR 1 CONTRATTO

✓ Comune di Dinami (VB)

SERCAR 1 CONTRATTO

✓ Comune di Dalmine (BG)

SERVITO 1 CONTRATTO

✓ Comune di Mottola (TA)

SLEM 1 CONTRATTO

✓ CUC Area Sele Picentini (SA)

SODEXO ITALIA 3 CONTRATTI

✓ Comune di Chieri (TO)

✓ Comune di Palombara Sabina (RM)

✓ Comune di San Giorgio su Legnano (MI)

VEGEZIO 1 CONTRATTO

✓ CUC di Casoria, Afragola e Arzano (NA) RTI

Ristorazione Commerciale

ESERCIZI URBANI E CENTRI COMMERCIALI

KFC	1 CONTRATTO
✓ Curno (BG)	
LA PIADINERIA	1 CONTRATTO
✓ Gallerie Bennet, Chivasso (TO)	
OFFICINA EMILIANA	1 CONTRATTO
✓ Gallerie Bennet, Chivasso (TO)	
OLD WILD WEST	1 CONTRATTO
✓ Gallerie Bennet, Chivasso (TO)	
PIZZIUM	1 CONTRATTO
✓ Milano	
SEGAFREDO - PANICUNZATU	1 CONTRATTO
✓ Gallerie Bennet, Chivasso (TO)	



SITI IN CONCESSIONE

CHEF EXPRESS	2 CONTRATTI
✓ Mokà co stazione fs Belluno	
✓ Prosecco Bar Bottega co stazione fs Belluno	
LAGARDÈRE	1 CONTRATTO
✓ Briccocafè co aeroporto Colombo, Genova	
PUNTO GRILL	1 CONTRATTO
✓ Caruggio eat & shop co aeroporto Colombo, Genova	



Buoni Pasto

ENTI PUBBLICI

DAY - CAMST	1 CONTRATTO
✓ Aset Spa, Perugia	

BUONI PASTO ELETTRONICI E CARD

TICKET RESTAURANT - EDENRED	1 CONTRATTO
✓ Università Studi Milano Bicocca - studenti iscritti	



Contratti monitorati al 28 febbraio 2018

I SEGMENTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Case di Cura, Cliniche, Ospedali	5
Case di riposo, Case Protette, Servizi Assistenziali	2
Totale ristorazione collettiva sociosanitaria	7
Forze Armate e Corpi Militarizzati	-
Ristoranti aziendali ed interaziendali	1
Totale ristorazione collettiva aziendale	1
Scuole private e Università	-
Scuole pubbliche	29
Totale ristorazione scolastica	29
Esercizi Urbani e centri commerciali	6
Esercizi in Concessione	4
Totale ristorazione Commerciale	10
Imprese e società private	-
Enti Pubblici	1
Buoni pasto elettronici e card	1
Totale Buoni pasto	2
TOTALE CONTRATTI MONITORATI	49



Società monitorate al 28 febbraio 2018

1. ACCADEMIA NOVIDA		19. LAGARDÈRE	Farinella, Aijsen Ramen, Beercodex, Briccocafé
2. CAMST	Ristoservice, Day, Dal 1945 Gustavo Italiano	20. MARKAS	
3. CAPITAL		21. MULTISERVICE	
4. CHEF EXPRESS	Mokà, Prosecco bar Bottega	22. NOI SOC. COOP.	
5. CIGIERRE	Old Wild West	23. OFFICINA EMILIANA	
6. CIMAS		24. PANCIOC	Panini Durini
7. CIR FOOD	CIR, Blu Ticket, Rita, Rita Terreverdi, Pastarito, Eudania, Chiccosto, Tracce, Aromatic, Viavai, Let's Toast, Antica Focacceria San Francesco, RED	25. PIZZUUM	
8. DUSSMANN		26. PROCLEAN	
9. EDENRED	Ticket Restaurant, City Time, e-Lunch	27. PUNTO GRILL	Garuggio eat & shop
10. ELIOR	Food Experience, Gemeaz Elior	28. RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI	
11. EURORISTORAZIONE		29. RISTONET	
12. FABBRO		30. SCAMAR	
13. FELSINEA RISTORAZIONE		31. SEGAFREDO	
14. GEMOS		32. SERCAR	
15. GLOBAL SERVICE		33. SERENISSIMA RISTORAZIONE	
16. KFC		34. SERVITO	
17. LA PESCHERIA SOC. COOP.		35. SLEM	
18. LA PIADINERIA		36. SODEXO	Sodexo Italia, Sodexo Motivation Solutions Italia
		37. VEGEZIO	

6 - 8 MAGGIO

HOSTEX CAPE

Salone sudafricano internazionale
per ospitalità e catering
Gallagher Convention Centre,
Johannesburg,
South Africa,
Montgomery
info@specialised.com
www.specialised.com

6 - 9 MAGGIO

TUTTOFOOD

Rassegna internazionale dell'alimentazione
Fiera Milano, Rho (Mi)
Fiera Milano
fieramilano@fieramilano.it
www.fieramilano.it

7 - 10 MAGGIO

CIBUS

Salone internazionale dell'alimentazione
Fiere di Parma,
Parma
cibus@fiereparma.it
www.cibus.it

16 - 18 MAGGIO

SIAL CHINA

Salone internazionale del food & beverage
SNIEC,
Shanghai, Cina
Comexposium Immeuble le Wilson
info@comexposium.fr
www.comexposium.com

19 - 22 MAGGIO

NRA SHOW

Salone annuale della National Restaurant
Association
McCormick Place,
Chicago, Stati Uniti
National Restaurant Association
nraexhibitinfo@restaurant.org
www.restaurant.org/show

24 - 26 MAGGIO

GASTROEXPO

Salone delle attrezzature e delle forniture
per l'hotellerie e la ristorazione
Amberexpo, Danzica,
Polonia
MTG
sekretariat@mtgsa.com.pl
www.mtgsa.com.pl

25 - 29 MAGGIO

SINGAPORE FOOD EXPO

Salone internazionale del food & beverage
Singapore Expo,
Singapore
SFMA
enquiries@sfma.org.sg
www.sfma.org.sg

29 MAGGIO - 2 GIUGNO

THAIFEX

Salone internazionale del food & beverage,
dei servizi e delle forniture per alberghi
e ristoranti
Impact, Bangkok,
Thailandia
Koelnmesse Pte
info@koelnmesse.com.sg
www.koelnmesse.com.sg

6 - 9 GIUGNO

VENDITALIA

Esposizione internazionale della
distribuzione automatica
FieraMilanoCity, Milano
Venditalia Servizi
venditalia@venditalia.com
www.venditalia.com

6 - 9 GIUGNO

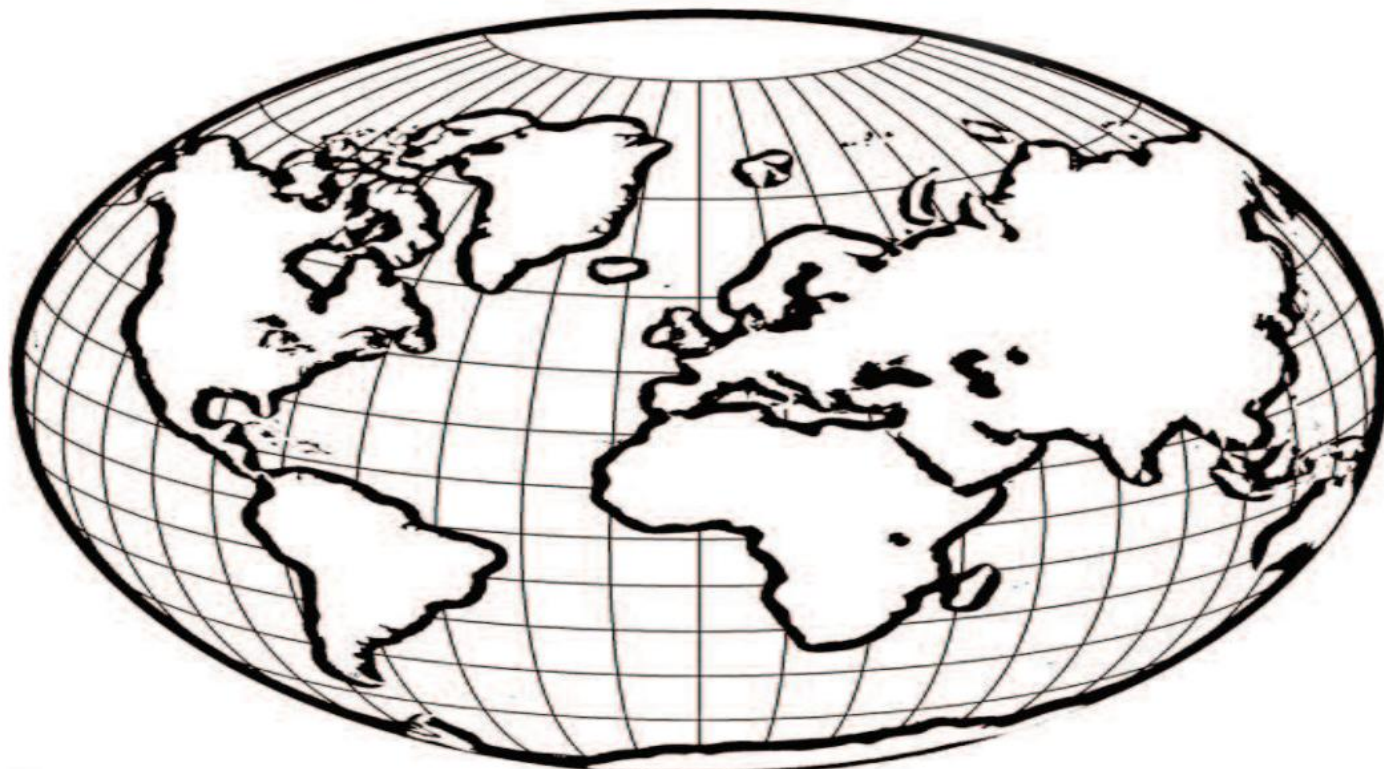
BIO BRAZIL FAIR

Fiera internazionale dei prodotti biologici
e dell'agricoltura ecologica
Bienal do Ibrirapuera,
San Paolo,
Brasile
Francal Feiras e Empreendimentos
atendimento@francal.com.br
www.biobrazilfair.com.br

22 - 24 GIUGNO

GOOD FOOD & WINE SHOW

Salone dell'enogastronomia
MC&HC, Melbourne,
Australia
Good Food & Wine Show
reception@gourmetsa.com
www.gourmetsa.com



Da terre incontaminate nascono birre eccellenti

Ai *World Beer Awards 2016* Birra Morena Gran Riserva è risultata vincitrice tra le birre italiane e finalista mondiale tra le Barley Wine. Negli anni successivi si è ripetuta rivincendo il titolo di miglior Barley Wine italiana ai WBA di Londra e aggiudicandosi i premi conferiti alla Birra Lucana Bianca e alla Birra Lucana Bio, agli International Beer Challenge di Londra 2017.

La gamma delle Birre Lucane presenta 3 etichette:

Birra Morena Gran Riserva Lucana

Birra speciale con 14% alc vol, fermentata in cantina con lievito ad alta fermentazione e poi invecchiata. Più avanza d'età e più sviluppa maggiori note floreali, sapori di caramello, miele e passito. Il colore diventa più scuro e l'amaro diminuisce.

Birra Morena Lucana Bianca

Birra speciale con 4,5 % alc vol, cruda non filtrata. Birra di frumento dal colore chiaro torbido, dal corpo moderato, con un amaro poco percettibile perché riceve una luppolatura a freddo che la rende molto rinfrescante. Birra particolarmente speziata, con note di coriandolo e curaçao, ha sentore di agrumi, un gusto fruttato e acidulo ma nello stesso tempo vellutato. Birra Morena Lucana Bianca è fermentata in cantina e rifermentata in bottiglia con lievito ad alta fermentazione.

Birra Morena Lucana Bio

Birra biologica speciale assolutamente naturale con 5,8% alc vol. Prodotta con malto d'orzo locale e biologico coltivato con un processo di concimazione naturale dal colore dorato, dal corpo morbido, amaro gradevole, sentori amabili fruttati e speziati, è fermentata in cantina e rifermentata in bottiglia.

www.birramorena.com



Dr. Schär Foodservice mette in tavola penne e fusilli senza glutine



Con quasi 200.000 celiaci in Italia, le nuove diagnosi in continuo aumento, e l'altissimo numero di persone ancora ignare di essere intolleranti al glutine (oltre 400.000), anche il mondo della ristorazione ha dovuto affrontare queste nuove esigenze e abbracciare questa importante fetta di mercato. Sempre più ristoranti hanno quindi deciso di proporre piatti speciali, e di inserire nel menu ricette senza glutine: in questo senso, le proposte di Dr. Schär Foodservice,

la divisione del gruppo Dr. Schär dedicata al mondo della ristorazione, rappresentano un servizio in più per i consumatori e un grande vantaggio per cuochi e chef. In particolare, le Penne e Fusilli Schär gluten free, che si presentano con importanti novità: il formato diventa da 1 kg, e la nuova ricetta è stata sviluppata per la doppia cottura. Questi cambiamenti consentiranno al ristoratore di ridurre i costi, oltre a rendere il prodotto più pratico da utilizzare e soddisfare così ancora di più la clientela con esigenze nutrizionali specifiche.

www.drschaer-foodservice.com/it/

Dr. Schär
Foodservice

Il succo di mele Leni's da oggi è anche bio

È stata presentata nei giorni scorsi la nuova versione biologica della spremuta 100% mela senza conservanti, coloranti e zuccheri aggiunti, del brand di **Vog Products**. Il nuovo **succo di mela BIO**, disponibile nella bottiglia di vetro da 750 ml, è realizzato solo con mele biologiche dell'Alto Adige, maturate al sole e raccolte a mano al giusto grado di maturazione. A certificare l'eccellenza della referenza è il marchio "Qualità Südtirol", assegnato solo a prodotti di provenienza altoatesina e di qualità produttiva superiore agli standard. La spremuta bio, ottenuta da concentrato non filtrato per conservare intatto il sapore delle mele, si aggiunge agli altri gusti Leni's: Mela 100%, Mela & Zenzero, Mela & Sambuco, Mela & Bergamotto, Brûlè di Mela da consumare caldo e il nuovissimo Mela & Rabarbaro, anch'esso presentato a Fruit Logistica. Accanto ai succhi, Leni's propone una gamma di snack 100% mela, pratici e naturali, che comprende la mousse di mela in barattolo di vetro e gli spicchi di mela freschi, già tagliati, lavati e pronti al consumo. Fra le novità presentate quest'anno a Fruit Logistica, anche la confezione multipack da 5 buste degli spicchi di mela freschi.



Leni's
MOUNTAIN QUALITY

www.lenis.coop

ALIMENTI SENZA GLUTINE

DrSchär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293 300 - Fax +39 0473 293 399
foodservice.it@drschar.com - www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l. - CENTRO DIREZIONALE ZIPA

Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021 - Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com - www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I. - 19020 Ricco del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net - www.costagroup.net



Galbar S.r.l.

Via Prolampo, 16 - 21033 Crittiglio (VA)
Tel. +39 0332 601320 - Fax +39 0332 604433
contatti@galbar.it - www.galbar.it



ARREDO PER
IL CONTRACT
E IL FOOD & BEVERAGE

IFI S.p.A.

Strada Selva Grossa 28/30 - 61010 Tavullia (PU)
Tel. +39 0721 20021 - Fax +39 0721 201773
www.ifi.it - info@ifi.it - export@ifi.it



Lavoriamo per te.

Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano - Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450 - www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti international

Tecnoarredamenti

Via Cimon de' Furlani, 1 - 33081 Aviano - Pordenone - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Piazza Belli, 2 - 20153 Roma
Tel. +39 06583921 - Fax +39 065818682
www.aigrim.it - segreteria@aigrim.it



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 - Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
garganti@inwind.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



DISTRIBUZIONE AUTOMATIZZATA
- BEVANDE PASTO
- BEVANDE COLAZIONE
- ALIMENTI SETTORE SANITARIO

General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto
54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com
www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTOR. COLLETTIVA



BioRistoro Italia S.r.l.

Via Benedetto Stay, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933
Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it
www.bioristoroitalia.it



Camst

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it



COOPERATIVA ITALIANA DI RISTORAZIONE

CIR food

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano (MI)
Tel. +39 02 480531 - Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elilor Ristorazione S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elilor S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Pontio - 80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmipa.com
www.ifmipa.com



Ladisa S.p.A.

Via Guglielmo Lindemann, 5/3 - 5/4 - 70132 Bari - Zona Asi
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisaristorazione.it
www.ladisaristorazione.it



Markas S.r.l.

Via Macello, 73 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it - www.markas.it



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione s.p.A.

Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo - Milano
Tel. 02 69684.1 - Fax 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori
Strada 5, Palazzo Z - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Italia S.r.l.

Piazza S. Anastasia, 7 - 00186 Roma
Tel. +39 06 96701270 - Fax +39 06 3223394
franchising@burgerking.it - www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:

Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



Divisione Ristorazione Commerciale

CIR food

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 - Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com - drc@cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2 - 20153 - Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
www.itareas.com - info.italia@areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 - Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414 - Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Largo Donegani, 2 - 20121 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Ticket Gemeaz - MARCHIO DI PIÙ BUONO S.r.l.

Piazza della Repubblica, 32 - 20124 Milano
Tel. 02 6694579
Fax 02 66719545
info@ticketgemeaz.it
www.ticketgemeaz.it



Ticket Restaurant, Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli - 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARNI DI PREGIO



Eat Meat srl

Via A. Moro, 6/a/b/c
41051 Castelnovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000
Fax +39 059 5331291
www.eatmeat.it
info@eatmeat.it

CENTRALI D'ACQUISTO



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it



Rossi Giants S.r.l.

Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:

Via Lago d'Iseo, 22
36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina
Tel. +39 0444 573025
Fax +39 0444 371552
info@rossicatering.it

CONSULENZE



CONSULENZE QUALITÀ SOSTENIBILITÀ RISTORAZIONE

Cautha Solutions sas di Cappellina Luisa & C

Via Tolmezzo, 12/2
20132 Milano
Tel. +39 02 92884938
Fax +39 02 92884937
info@cautha.net
www.cautha.net



Mastergroup s.r.l.

Viale G. Carducci, 27
31015 Conegliano TV
Tel. +39 043835157
Fax +39 0438420468
www.mgnet.it
info@mgnet.it



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it



PROGETTAZIONE, STUDI DI FATTIBILITÀ, DIREZIONE LAVORI,
COLLAUDI, VERIFICHE TECNICHE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Studio Montanari & Partners S.r.l.

Via Lusardi, 10
20122 Milano
Tel. +39 02 58317320
Fax +39 02 58313397
studio@smp.mi.it
www.smp.mi.it

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.p.A.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Nav. (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Berto's S.p.A.

Viale Spagna, 12 - 35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700 - Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com - www.bertos.com



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854 - Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844 - Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com - www.irinnox.com



Lotus S.p.A. Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it - LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Diversey Srl

Via Trento, 7 - 20017 Passirana di Rho (MI)
Tel. +39 02 25801
info.italy@sealedair.com - www.sealedair.com

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it



Bonduelle Italia S.r.l. - DIVISIONE FOOD SERVICE

Via Trento - 24060 San Paolo d'Argon (BG)
Tel. +39 035 4252411
Fax +39 035 952880
foodservice@bonduelle.com
www.bonduelle-foodservice.it



Conor srl

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. 051 9941111
Fax 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081400816
Fax +39 081419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 75517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600
47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax 0547 377016
www.orongel.it
info@orongel.it



L'italiana preferita dallo chef.

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E
PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



Lainox Ali S.p.A.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it
www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13
20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200
Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it
www.grupposds.it



Tagliabene s.r.l. dal 1920

Via G. Miglioli, 3 Ang. Via C. Battisti, 2
20070 Vizzolo Predabissi (MI)
Tel. +39 02 9838410
Fax: +39 02 98231199
arrotino@tagliabene.it
www.tagliabene.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoil.com
www.adriaticaoil.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali S.p.A.

Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it
www.meiko.it



Omniwash S.r.l.

Via Brenno, 21 - 20853 Biassono (MB)
Tel. +39 039 470113
Fax +39 039 470120
info@omniwash.eu
www.omniwash.eu

LOGISTICA



Sotral S.r.l.

Corso Francia, 225 - 10139 Torino
Tel. +39 011 728822
Fax +39 011 729090
commerciale@sotral.it
info@sotral.it
www.sotral.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, - 4 scala A - 24042 - Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Baioni 31/C - 24123 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Guttadauro Computers & Software S.r.l.

Via F.lli Bandiera, 4 - 21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it



Mytec S.r.l.

SEDE OPERATIVA
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 0399466362
info@mytec.com - www.mytec.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it

Il Gatti Massobrio

di Paolo Massobrio e Marco Gatti
Edizione COMUNICA
€ 19,50



Dopo 23 anni di Guida Critica Golosa, per il secondo anno torna il Gatti Massobrio, taccuino dei ristoranti d'Italia che segnala, recensendole con uno dei consueti simboli (dal faccino normale alla corona radiosa) le 2.420 migliori soste italiane secondo Paolo Massobrio, Marco Gatti e uno staff di 80 collaboratori sparsi su tutto il territorio nazionale.

Ristoranti, trattorie, pizzerie, aziende agrituristiche e locali di tendenza dove fermarsi a mangiare, e oltre 170 segnalazioni minori; insomma un taccuino di appunti preziosi per fare una sosta piena di soddisfazione. Questa guida inoltre interagisce anche col web: ogni regione reca un QR code che porta alle pagine corrispondenti sul portale ilgolosario.it, aggiornate in tempo reale.

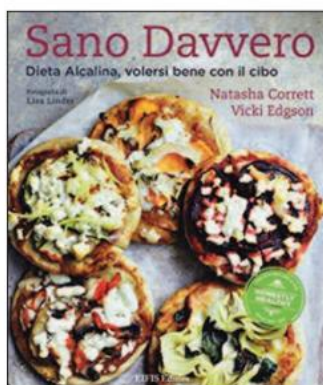
Sano davvero

di Natasha Corrett e Vicki Edgson
EIFIS Edizione
€ 28,50

Imparate a mangiare secondo lo stile di vita alcalino in questo nuovo ricettario che descrive come preparare piatti che fanno venire l'acquolina in bocca, insieme ad un approccio olistico verso la salute.

Il talento creativo dello chef vegetariano gourmet Natasha Corrett viene pienamente sostenuto dalla competenza della famosa nutrizionista Vicki Edgson, in una collezione di oltre 100 ricette facili da preparare che rivitalizzano, dalla colazione fino all'ora di andare a letto.

Guardate com'è facile utilizzare il potere degli alimenti alcalini mentre consumiamo pasti ricchi di sapore e bontà. Le fotografie a corredo sono di Lisa Linder.



Ristorando

È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu



Il cuore del nostro lavoro: la Ristorazione Italiana

Qualità del prodotto, rispetto per la grande cucina italiana, amore per il nostro lavoro: questi sono da oltre 30 anni i valori che il Gruppo Serenissima Ristorazione porta in tavola.

L'innovazione ci proietta verso il futuro, la qualità ci distingue da sempre, il nostro cuore è legato alla miglior tradizione italiana.

Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra, biologici, locali e genuini.

RISTORAZIONE COLLETTIVA

Sociosanitaria | Scolastica | Commerciale e aziendale | Istituti religiosi e terza età | Banqueting | Vending

Viale della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza (Italia) - Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348382 - info@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it

Il Gruppo Elios, un mondo di attenzioni



Dietro ciascuno dei circa 600.000 pasti che offriamo quotidianamente ci sono i professionisti della Ristorazione Collettiva. Squadre di lavoro preparate per servire, con efficienza e puntualità, un grande numero di persone eterogenee. Controlli continui sulla qualità delle materie prime e dei cibi. Iniziative ed eventi per promuovere la cultura del benessere. Rispetto per l'ambiente e valorizzazione delle risorse locali.

Per questo il Gruppo Elios è leader in Italia nella Ristorazione Collettiva.

www.elior.it

elior 

Gemeaz
— elior —